RAPORT DE ACTIVITATE pe anul 2018

Teatrul Masca

Cuprins

A. Evoluţia instituţiei în raport cu mediul în care îşi desfăşoară activitatea:

Se poate trăi fără artă și cultură? Da! Dar nu merită.

Toma Caragiu

Dacă mâine s-ar închide toate teatrele, muzeele, casele de cultură, bibliotecile, Ateneul, filarmonicile și galeriile de artă, probabil că metroul, cartierul Militari, administrațiile locale, Guvernul, România, viața noastră ar continua să funcționeze în virtutea inerției și a capacității omului de autoadaptare. Da! Se poate trăi fără teatru, la fel cum se poate trăi fără televizor, în aceeași măsură în care se poate trăi fără concerte, fără activități sportive, fără programa şcolară obligatorie, fără spitale, fără centre de asistență socială, fără transport în comun etc. Doar că se va trăi insuficient. Toate acestea se traduc în *servicii publice* prin care statul își îndeplinește funcțiile, confirmându-se cetățenilor drepturi garantate prin constituție.

În această ordine de idei, deși termenul este folosit foarte rar (spre deloc!) în raport cu instituțiile de cultură, *teatrele finanțate de la bugetul statului sunt un serviciu public,* cu toate caracteristicile existente și în alte domenii. Asumându-și statutul de serviciu public, activitatea unui teatru trebuie să raspundă nevoilor cetățenilor, să încerce să vină în întâmpinarea acestora prin *spectacole valoroase* și să *formeze* viitoarele generații de spectatori prin evenimentele artistice propuse.

A.1. colaborarea cu instituţii, organizaţii, grupuri informale care se adresează aceleiaşi comunităţi;

În sensul celor de mai sus, colaborarea cu alte instituții de cultură trebuie să facă parte din *conduita firească,* toate aceste entități adresându-se cetățenilor Capitalei. Datorită specificului unic al Teatrului Masca în peisajul teatral românesc, producțiile noastre au acel caracter de *atractivitate* necesar *includerii* lor în (aproape) orice eveniment artistic, cu precădere în spațiile *outdoor,* prezența noastră la majoritatea acestor manifestări fiind considerată *cap de afiș*. Teatrul nostru este solicitat atât de alte instituții culturale, cât și de alți organizatori din București sau din alte orașe ale țării.

Partener	Eveniment	Observații
Teatrul de Comedie	*Festivalul Comediei Românești (FestCO)*	O *inedită colaborare a două festivaluri*, al nostru și cel al Teatrului de Comedie, noi prezentând o secțiune a *FISV 2018* în cadrul *FestCO*, întregind astfel oferta artistică oferită bucureștenilor în spații neconvenționale, spectacolele având loc pe esplanada din fața Teatrului de Comedie și pe străzile adiacente.
Teatrul Național Mihai Eminescu Timișoara	*FEST-FDR*	Pentru *al treilea an consecutiv*, am susținut *evenimentul cel mai important* al secțiunii *outdoor*, prezentând în deschiderea Festivalului avanpremiera spectacolului *Strigătele Parisului.*
Muzeul Municipiului București	*Noaptea Muzeelor* * *Festivalul Internațional de Statui Vivante*	În cadrul *parteneriatului pe care îl avem de patru ani* cu M.M.B, am participat pentru al cincilea an consecutiv, la *Noaptea Muzeelor* cu spectacole de statui vivante la *patru* muzee: *Palatul Șuțu, Muzeul Theodor Aman, Casa Filipescu-Cesianu și Muzeul Nicolae Minovici.* Implicarea M.M.B. în proiectul *FISV 2018* s-a concretizat prin organizarea *Nopții Statuilor Vivante* în frumoasa grădină a *Casei Filipescu-Cesianu* și prin promovarea activă a acestui eveniment foarte așteptat de bucureșteni.
Institutul Cultural Român – Londra și Art Reach	*Hat Fair Festival - Winchester* * *Leicester Cathedral – Leicester* * *Lincoln Castle – Lincoln* * *Nights of Festivals - Londra*	Ca urmare a succeselor anterioare și nivelului artistic al producțiilor Teatrului Masca, *ICR Londra* împreună cu compania de producție artistică *Art Reach*, ne-au propus *un nou parteneriat*, care s-a concretizat în *2 turnee* pe care Teatrul Masca le-a efectuat în *Marea Britanie.* Prima deplasare a avut loc la Winchester în perioada *29 iunie – 2 iulie*. Am jucat 4 reprezentații cu premiera de statui vivante *Strigătele Parisului*, în cadrul evenimentului *Hat Fair Festival*. Al doilea turneu a avut loc la Lincoln, Leicester și Londra, în perioada *13 – 23 iulie*. Spectacolului de *living statues* i s-a adăugat și spectacolul de tip walking performance - *Noi* - 11 țărani români ce refac, în mod simbolic, drumul către Alba-Iulia pentru Marea Unire (acest spectacol a fost montat cu ocazia *Centenarului).* În total au fost 16 repezentații. Cea mai importantă realizare a turneului din Marea Britanie, s-a constituit într-un plus de imagine pozitivă pentru România în general și pentru nivelul

		artistic și profesionalismul teatrului românesc, în particular.
ARCUB	*B-FIT in the Street*	Sfârșitul lunii iulie și începutul lunii august au marcat continuarea colaborării dintre cele două instituții (începută în 1997) prin participarea la *B-FIT in the Street*, în perioada *28-29 iulie* și *4-5 august*. Au fost prezentate mai multe spectacole din repertoriul nostru *outdoor*.
CREART	*La pas pe Calea Victoriei*	Pe *1 și 2 septembrie 2018*, am fost *din nou* prezenți la evenimentul *La pas pe Calea Victoriei*, cu o serie de spectacole din repertoriul nostru *outdoor*.
U.N.I.T.E.R	*Artiști pentru artiști* * *Festivalul Internațional de Statui Vivante*	Am participat la Campania *Artiști pentru artiști* susținând la sediul nostru spectacolul *Casa cu nebuni*, fondurile obținute în urma vânzării biletelor de acces fiind îndreptate către ajutorarea actorilor aflați în situații dificile. *Pentru organizarea *FISV 2018*, am beneficiat de susținere financiară din partea UNITER.
ASSMB și Primăria Municipiului București	*N-avem sânge!*	În cadrul campaniei „*N-avem sânge*” am oferit 4 invitații la fiecare dintre spectacolele noastre de sală, donatorilor de sânge. Invitațiile depuse la Direcția Cultură, Învățământ, Turism, au fost transmise pentru a fi folosite în cadrul campaniei de către *Asociația Spitalelor și Serviciilor Medicale București*.
Primăria Sector 3	*FISV* * *La Plimbare cu Masca* * *Stagiunea Outdoor*	Cu *Direcția Învățământ Cultură* am fost parteneri în organizarea a două zile din FISV (în parcul Al. I. Cuza.). Am susținut, în cadrul programului *La Plimbare cu Masca*, o serie de reprezentații dedicate Centenarului, cu premiera *Noi*, iar în *Stagiunea outdoor* o altă serie de reprezentații în parcurile mai mici, de lângă blocuri.
Primăria Municipiului Sinaia	*Festivalul Sinaia Forever*	Colaborarea cu această instituție, având *o tradiție de 10 ani*, a devenit atât de strânsă încât prezența noastră la *Festivalul Sinaia Forever* este, an de an, așteptată de către cei care vin în localitate special pentru acest eveniment. În 2018 am fost prezenți, cu peste 60 de personaje la parada inaugurală, dar și cu alte 3 spectacole care s-au jucat în zilele următoare.
Primăria Municipiului Brăila și	*Festivalul Florilor* * *Festivalul Toamnei*	*În al patrulea an de colaborare* am fost invitați să susținem secțiunea *outdoor* a acestor evenimente;

Casa de cultură		*două turnee*, în iunie și septembrie, cu premiere ale stagiunii în aer liber.
Compania Municipală Agrement București SA	*București, inima ta*	Am participat la evenimentul organizat cu ocazia zilei de *Dragobete*, în Piața Universității, cu un spectacol-animație, *La Români*.
Centrul județean pentru conservarea și promovarea culturii tradiționale - Vaslui	*Festivalul Umorului Constantin Tănase*	Stagiunea *outdoor* (*începută pe 30 aprilie) s-a încheiat pe 29 septembrie la Vaslui*, cu două dintre spectacolele noastre care au fost jucate în deschiderea Festivalului.
Liceul Teoretic Ștefan Odobleja București	*Școala de teatru Gestual* * *FISV*	Elevi de la această instituție au luat parte săptămânal, timp de 6 luni la cursurile de actorie susținute de 3 dintre actorii cu experiență ai trupei. Tinerii au avut 20 de reprezentații în cadrul FISV.
Instituții de învățământ din București	*Alte evenimente: Ora de cultură, serbări școlare, Stagiunea indoor etc.*	În cadrul misiunii asumate de noi încă de la început în direcția educării tinerei generații am organizat vizionări de *evenimente speciale* cu spectacole *indoor* pentru elevi din mai multe licee bucureștene: Liceul Teoretic *Ion Barbu*, Liceul Teoretic *Tudor Vladimirescu*, Colegiul Tehnic *Petru Maior*, Colegiul Economic *Costin C. Kirițescu*, Școala Centrală, Colegiul Național *Spiru Haret*, Colegiul Național *Grigore Moisil*, Colegiul Național *Ion Creangă*, Colegiul *Tudor Vianu*. În cadrul *proiectului Ora de cultură*, am colaborat cu Grădinița 250, Școlile 168, 174, 156, 117, 160 și 59. Colaborarea a constat în organizarea de vizite la sediul teatrului, prin intermediul cărora copii au fost conduși în instituție, au vizitat scena, cabinele și au asistat la repetiție și la un antrenament. În cadrul colaborărilor cu Universitatea Politehnică din București și MOFT (Liga Studenților de la Facultatea de Automatică și Calculatoare) studenți bucureșteni au fost la spectacolele *indoor*.
STB	*Călătorește cu STB în lumea culturii bucureștene*	În cadrul acestei campanii pe care STB o derulează de câțiva ani, pentru încurajarea turismului cultural, 4 invitații la spectacolele noastre au fost trimise lunar pentru a fi distribuite celor care folosesc STB.

A.2. Analiza SWOT (analiza mediului intern şi extern, puncte tari, puncte slabe, oportunităţi, ameninţări);

Puncte forte (Strenghts)	**Puncte slabe (Weakness)**
Identificarea instituției cu teatrul de stradă și teatrul nonverbal;	**P**oziționarea sediului în afara centrului cultural al Capitalei;
Unicitatea discursului teatral, Masca - singurul ofertant *constant* de teatru outdoor;	**A**cces dificil al publicului din alte cartiere la spectacolele de la sediu în timpul săptămânii;
Continuitate și coerență a programului estetic prin prezența în cadrul instituției a celor doi fondatori;	**L**ipsa unor *materiale competitive*/*moderne* pentru realizarea costumelor de *statui vivante* (sau a altor materiale specifice teatrului în aer liber) pe piața internă;
Existența spectacolelor de tip *living statues;*	**P**rocedura greoaie a achiziționării materialelor specificate mai sus din alte țări, inclusiv țările UE;
Accesibilitatea discursului teatral, Masca - un *teatru popular;*	**P**reț extrem de ridicat al produselor de machiaj profesionist pentru *statuile vivante;*
Transformarea în teatru de proiect;	**L**ipsa cursurilor de scenografie specifică teatrului de stradă la Institutele de arte plastice sau UNATC;
Existența unui program anual de *tip internship* destinat tinerilor absolvenți de actorie;	**R**educerea numerică a spațiilor destinate evenimentelor artistice din parcurile bucureştene;
Existența antrenamentelor care mențin trupa în condiție fizică bună: *workshopuri specifice* pentru întreaga trupă (actori angajați și colaboratori);	**L**ipsa unei clarificări în legislația adunărilor publice referitoare la evenimentele artistice de mică sau medie amploare;
Existența *Școlii de teatru gestual,* Masca – formator al propriului public;	**L**ipsa unei asociații a teatrelor bucureștene care să susțină interesele specifice ale instituțiilor de spectacole;
Capacitatea artistică și logistică de a prezenta spectacole în aproape orice *spațiu neconvențional;*	**O**bținerea anevoioasă a aprobărilor pentru spațiile reprezentațiilor în aer liber de la primăriile de sector;
Derularea de proiecte de tipul *educației prin cultură* dedicate comunității din jurul sediului;	**L**ipsa acută a personalului tehnic de scenă și a șoferilor, atât de necesari în stagiunea *outdoor;*
Imagine favorabilă în rândul publicului;	**A**bsența cursurilor de formare profesională pentru specialiști sunet, lumini, cabiniere, regizorat tehnic;
O bună și constantă prezență în mediul online;	**L**ipsa personalului specializat în conceperea proiectelor europene și a unui specialist în marketing;
Organizarea *Festivalului de living statues,* al	**L**ipsa POS la casa de bilete;

doilea ca notorietate din Europa (a 8-a ediție în 2018), primul ca durată și spații acoperite;	
Apariția *Caietelor Masca*, singura publicație teoretică despre teatrul de stradă din România;	**L**egislație care nu permite recompensarea angajaților;
Existența unei foarte bune relații de colaborare cu ICR;	**L**egislație greoaie și birocrație excesivă în obținerea documentelor necesare construcțiilor noi/modernizărilor;
Poziționarea sediului în cartierul Militari având un numeros public potențial;	**P**latforma SICAP nu e pregatită pentru modificările legislative în totalitate;
Prețul accesibil al biletelor la spectacolele *indoor;*	**C**odificare inexistentă pentru produse specifice producției de spectacole (CPV).
Posibilitatea achiziționării *online* a biletelor pe platforma proprie;	
Existența unui număr redus de angajați, 37, premisă pentru crearea unei legaturi solide între cei implicați în realizarea obiectivelor instituției;	
Un sediu recent, cu o scenă modulară (de la *italiană* la *en-ronde*);	
Posesia unei scene mobile de dimensiuni de 6/8m;	
Existența unui amfiteatru în aer liber în curs de modernizare;	
Un parc auto, în mare parte înnoit, care permite o bună mobilitate atât de necesară stagiunii *outdoor.*	
Oportunități (Opportunities)	**Amenințări (Threats)**
Exploatarea brandului construit în cei aproape 30 de ani de la înființare;	**S**căderea în întreaga Europă a numărului *consumatorilor* de teatru;
Lipsa unei reale oferte culturale în spațiile *outdoor* din cartierele bucureștene, dar și înmulțirea evenimentelor de tip *outdoor* în București și în țară;	**Î**nmulțirea altor forme de petrecere (culturale sau nu) a timpului liber, în *afara frecventării teatrelor;*
Existența la nivelul Capitalei a unor proiecte de educație prin cultură dedicate comunităților locale;	**C**reșterea ofertei de produse tv de divertisment cu *pretenții culturale* discutabile;
Creșterea numărului celor care practică *turismul cultural;*	**C**oncurența cinematografelor din *mall*-uri cu oferte săptămânale, ritm de apariție imposibil de realizat în teatre;

Creșterea numărului de absolvenți ai facultăților de teatru;	Scăderea, în condițiile unor oferte multiple, a resurselor financiare alocate petrecerii timpului liber la nivelul potențialilor consumatori culturali;
Lipsa șanselor de angajare (sau de colaborare pe durată lungă) pentru actorii tineri în alte instituții de profil;	Micșorarea resurselor financiare alocate instituțiilor de spectacole în perioada următoare;
Creșterea interesului pentru forme alternative / neconvenționale de teatru pe segmentul de vârstă 18-35;	Proiectele legislative care afectează activitatea instituțiilor de spectacole sau modificarea legislației existente, fără consultarea actanților din domeniul cultural;
Creșterea numărului de utilizatori care își iau informațiile culturale de pe rețelele sociale.	Scăderea interesului pentru meseriile specifice din teatru.

A.3. evoluţia imaginii existente şi măsuri luate pentru îmbunătăţirea acesteia;

Ca urmare a rezultatelor studiului IRES din 2016 și a raportului cuprinzând atât date despre notorietatea Teatrului Masca, cât și un set de recomandări pentru creșterea și impunerea *identității de brand* bazate pe unicitatea activității noastre artistice, am regândit în 2017 strategia de imagine a instituției noastre.

Fiind conştienţi de faptul că o instituţie care reușește să își creeze această identitate are șanse sporite *de a fi căutată* de către publicul activ sau potențial, în anul ce a trecut eforturile noastre privind îmbunătățirea imaginii existente au mers în aceleași direcții. Am dori, însă, să menționăm un aspect particular pe care ne-am concentrat în mod special anul trecut: **creșterea imaginii** Festivalului Internațional de Statui Vivante *(FISV)* acesta fiind *al doilea cel mai mare eveniment de gen din Europa (ca notorietate).* Totodată am urmărit și *impunerea în mentalul publicului bucureștean ca pe un eveniment* semnificativ și *inedit* în viața culturală a Capitalei.

Poate părea un aspect secundar/minor, dar o altă direcție pe care am insistat în anul ce a trecut a fost creșterea imaginii teatrului nostru printre profesioniștii de teatru, prin publicația *Caietele Masca*, cu numerele sale care au devenit din ce în ce mai consistente și mai interesante.

Măsuri generale și specifice:

Promovarea la sediu	• Prezența constantă a bannerelor pe gardul teatrului, conținând: o informații despre spectacolele în derulare; o fotografii; • Acoperirea casei de bilete cu mesh-uri (vizibile atât din stradă, cât și de la intrarea publicului) cu fotografii de la spectacole și evenimente;

	• Prezența unui afișaj electronic deasupra casei de bilete, pe care rulează informații despre activitatea teatrului; • Prezența afișelor în format 100/70 cm, pe călăreți, în preajma casei de bilete; • Prezența unui banner pe zidul clădirii, marcând Centenarul.
Mass-media	• Lansarea de *comunicate de presă* sau de *informații de presă* despre activitatea instituției; • Apariție în revista *Scena.ro*: spectacolele *indoor* și *Caietele Masca*; • Apariții în broșura *Șapte seri;* • Conceperea și crearea de *spoturi radio;* • Crearea de *spoturi TV* în cadrul parteneriatelor pentru promovarea punctuală a evenimentelor.
Online	• Crearea de *conținut* pentru www.masca.ro; • *Actualizarea zilnică a informațiilor* privind programul de spectacole și de evenimente culturale; • *Actualizarea permanentă a anunțurilor* privind alte activități (angajări, concursuri, castinguri etc); • *Optimizarea conținutului (text, cuvinte cheie, structură)* pentru un răspuns optim pe motoarele de căutare și pentru o accesare cât mai rapidă a informațiilor căutate. Eforturile în această direcție s-au concretizat într-o prezență de top între rezultatele de căutare pentru anumiți termeni ce ne ne definesc extrem de clar profilul. Așa se face că www.masca.ro apare la rezultatele căutării după: *masca (locul 1), teatru gestual (locul 1), living statue (locul 1), statuie vivantă (locul 1), teatru outdoor (locul 3);* • Postări zilnice cu text/foto/*video* despre activitatea teatrului; • Actualizare periodică pentru *foto-cover*, cu informație vizuală sau text; • Afișarea permanentă a programului de spectacole asociat cu informații despre locul de desfășurare în stagiunea *outdoor;* • Corelarea permanentă a informațiilor de pe Facebook cu cele de pe site, prin link-uri și distribuiri (*share*); • Încărcarea de materiale *foto, organizate pe albume*, structurând accesul la fotografii pe spectacole și evenimente; • Încărcarea de *material video sau grafic* (afișe, bannere, flyere etc); • *Crearea de evenimente* și *promovarea țintită a acestora*, pe categorii de beneficiari stabilite ținând cont de recomandările studiului IRES; • Încurajarea constantă a comunicării reale cu spectatorii prin *distribuiri, aprecieri, comentarii și feedback-ul rapid pe serviciul de mesagerie* oferit de Facebook; • Transferul activității principale de pe peretele de profil Facebook, pe *paginile oficiale Teatrul Masca;* în prezent avem două *pagini oficiale: Teatrul Masca* și *Festivalul Internațional de Statui Vivante*. • Eforturile de promovare pe Facebook s-au concretizat în următoarele cifre: ○ Impact total: 757302 persoane;

	○ Impact evenimente FISV: 168300 persoane; ○ Impact evenimente Teatrul Masca: 86400; ○ 515 click-uri către secțiunea Bilete online de pe www.masca.ro; • Încărcarea de *conținut* pe conturile teatrului de *Instagram, Youtube și Twitter*; • *Postarea de conținut* cu informații despre evenimentele teatrului pe *alte platforme online* dedicate acestui tip de interacțiune*: Bucharest City App, Metropotam.ro, Vinsieu.ro, Iqool.ro, Teatral.ro.*
Outdoor	• *Distribuirea și amplasarea de afișe*, prin intermediul unei firme specializate; • *Distribuirea de flyere*, atât prin metoda *door-to-door*, cât și *face-to-face* în cadrul evenimentelor noastre; • *Amplasarea de materiale* de promovare în cadrul evenimentelor teatrului, desfășurate *outdoor*: afișe, bannere, steaguri, roll-up-uri, prisme mobile etc; • Crearea în mod special pentru *Festivalul Internațional de Statui Vivante* a unor *mesh*-uri cu *citate* despre teatrul de stradă din *Caietele Masca*.
Parteneriate	• Radio România Cultural - Radio București FM - TVR 1 - TVR 3 - Cronica Română - Revista online City Femme - Revista online Catchy.ro - Ziarul Metropolis - Senso TV - 4arte - Goingout.ro - Iqool.ro - Teatral.ro - Bucharest-guide.ro - ProBucuresti.ro - Yorick.ro - Eva.ro.
Publicații proprii	• *Caietele Masca* – proiect inițiat în 2016; • *Album FISV 2018* – material cu descriere, informații și fotografii de la ediția 2018 a *Festivalului Internațional de Statui Vivante*; • *Caiete program* pentru spectacolele din repertoriul curent; • *Flyere* de spectacol sau de prezentare generală a Teatrului Masca, distribuite în cadrul evenimentelor organizate de teatru.
Evenimente promoționale	• *Promo FISV* – pentru anunțarea *Festivalului Internațional de Statui Vivante* și crearea unei expectative în rândul publicului bucureștean, am susținut simultan, 17 spectacole de statui vivante în 8 locuri de interes din capitală: *Casa Armatei, Piața Victoriei, Casa Filipescu-Cesianu, Librăria Cărturești Magheru, Statuia George Enescu, Piața Romană, Biserica Kretulescu și Stația de metrou Aurel Vlaicu;* • *Promo premieră Centenar* – cu spectacolul *Noi* în cartierul de rezidență, 5 acțiuni; • *Promo toate premierele din stagiunea outdoor* – în parcurile bucureștene.
Obiecte promoționale personalizate	• *Insigne* imprimate cu sigla teatrului; • *Sacoșe de pânză* personalizate cu sigla teatrului; • *Brățări de hârtie* pentru *FISV2018*, acestea reprezentând și un instrument de măsurare a publicului participant la eveniment.

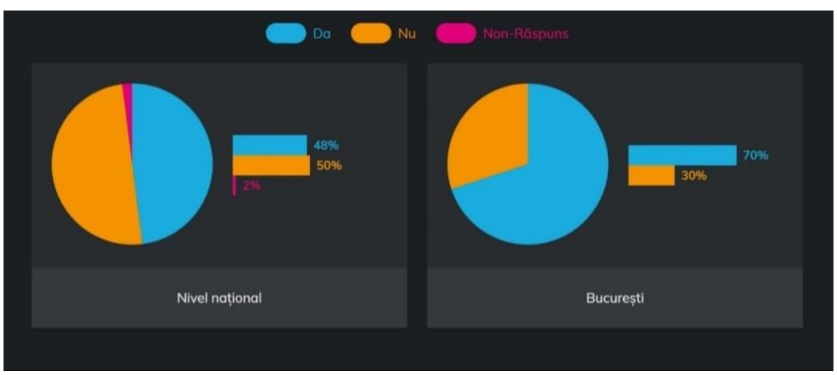
A.4. măsuri luate pentru cunoaşterea categoriilor de beneficiari;

Studiul *IRES*, de care am amintit mai sus, privind *Satisfacția consumatorilor de spectacole de teatru (*rezultatele cercetărilor efectuate în cadrul studiului, a sondajelor și a celor *două focus-*

grupuri) au constituit premisele de la care am pornit la cunoașterea beneficiarului real căruia acest teatru i se adresează. La finalul anlui 2017, reprezentanții IRES au semnalat trendul ascendent în cazul notorietății și identității de brand și ne-au recomandat ca un nou studiu să fie făcut în 2020; termenul acesta implică o anumită perioadă de timp necesară pentru a urmări efectele strategiei aplicate, luând în considerare și faptul că în 2020 Teatrul Masca împlinește 30 de ani de activitate.

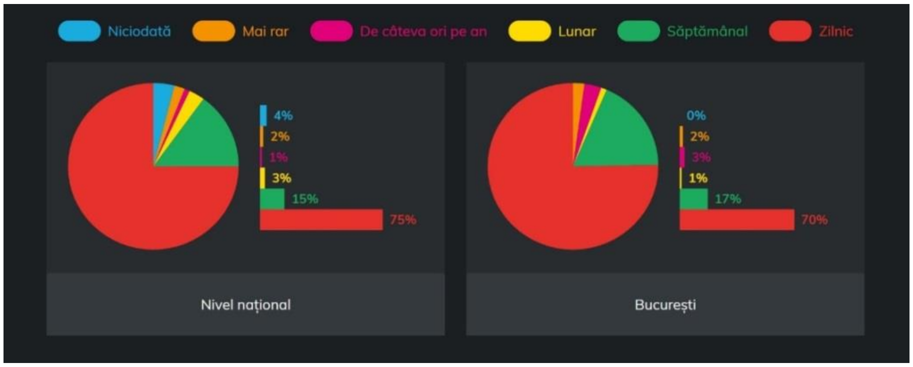
Tot în scopul declarat mai sus, am apelat și la *Barometrul de consum cultural 2017* (apărut în mai, 2018), realizat de *Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală*, urmărind tendințele de consum cultural la nivel național și local; totodată am continuat *cercetarea pe care o facem noi înșine*, distribuind *chestionare* atât înainte, cât și după fiecare spectacol la reprezentațiile *indoor* și *outdoor*.

Una dintre *schimbările majore* survenite în ultimii 2 ani în ce privește *modelul accesului la informație*, este instalarea mediului *online* pe primul loc, în topul surselor de informare. Dacă în 2016, studiul IRES releva că 60% dintre spectatorii noștri se informau prin intermediul afișajului stradal, în ultimii ani acest lucru s-a schimbat considerabil. Mediul online s-a transformat într-un *spațiu creator de informație*, lucru lesne de dovedit dacă observăm că o știre TV folosește ca informație o postare de pe Facebook sau că Președintele SUA folosește contul de Twitter pentru a transmite mesaje publicului larg. Confirmând această tendință, în *Barometrul de consum cultural 2017* găsim informația că 70% dintre bucureșteni utilizează internetul.



Procentajul celor care utilizează internetul

Dincolo de acest procent, semnificativ mai mare decât cel la nivel național, trebuie menționat că, dintre bucureștenii care folosesc în mod uzual internetul, 70% accesează zilnic platforme online de comunicare, de tip *Facebook*, *Instagram* ș.a.



Frecvența accesării platformelor social-media

Considerând că *feed-back*-ul care vine din spațiul *online* este extrem de semnificativ pentru reliefarea autentică a categoriilor de beneficiari pe care îi putem accesa, ne-am concentrat în proporție mult mai mare ca în anii trecuți pe datele oferite de *online*. În acest sens am efectuat *studii interne de monitorizare* permanentă *a traficului* pe *site*-ul instituției.

Aceste date au fost corelate cu *informațiile statistice demografice* pe care ni le oferă și *Facebook* (platfoma *contorizează și monitorizează* interacțiunea pe care o instituție o are cu *prietenii săi).*

Acum *15 ani s-a lansat Facebook*. Acum 10 ani, Teatrul Masca avea prima postare pe Facebook, devenind *prima instituție publică* de cultură cu cont pe această platformă.

Prima postare a Teatrului Masca pe Facebook

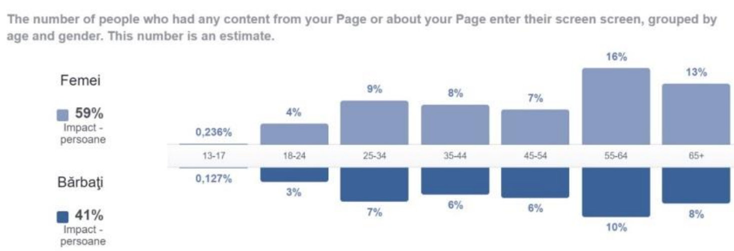
La data respectivă, Facebook număra în România aproximativ 250.000 de conturi; acum a ajuns la aproximativ *10.000.000* (!) de utilizatori, iar *Instagram* are în aceste momente *1.127.272* de conturi. Dincolo de statistica ce nu poate contoriza satisfăcător numărul de *conturi false,* este evident faptul că aceste platforme se impun din ce în ce mai mult.

Datele statistice oferite de Facebook confirmă unele aspecte relevate și de studiile menționate la începutul capitolului, cum ar fi predominanta feminină a celor care ne urmăresc

activitatea. În același timp, este de menționat faptul că segmentele de vârstă reprezentate cel mai bine sunt *25-34, respectiv 35-44 de ani.*

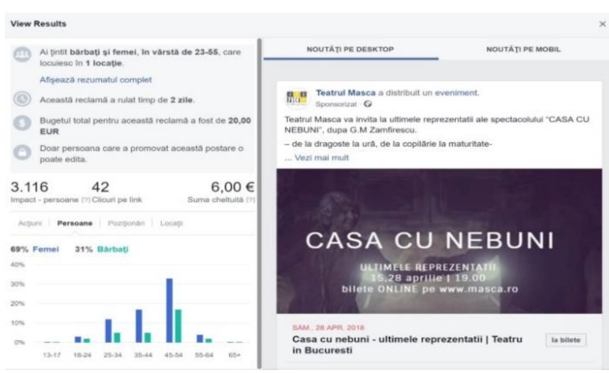
Distribuția pe grupe de vârstă a celor care interacționează cu pagina noastră

Atunci când vorbim de impactul propriu-zis al paginii noastre, adică de *analiza segmentului care a accesat* efectiv conținut de pe pagină, procentul se apropie până la identificare, cu rezultatul studiilor IRES, relevând un raport de *59% femei / 41% bărbați.*



Distribuția pe grupe de vârstă a fanilor de pe Facebook

Din acest motiv, utilizăm Facebookul în promovarea imaginii noastre sau a evenimentelor pentru că ne oferă posibilitatea de a *delimita concret caracteristicile grupului țintă*, putând ca pentru fiecare eveniment/spectacol în parte să alegem alt grup țintă. Ne folosim și de *posibilitatea generării de grafice pentru analiza accesărilor sau a impactului paginii.*



Exemplu de raport

Tot Facebook ne pune la dispoziție și alte unelte utile - *foto, video, text,* transmisii *live*, comentarii în timp real la transmisii, sincronizate apoi cu momentul exact în care au fost postate în timpul transmisiei, diferitele *tipuri de reacție, sondaje, evenimente, posibilitatea corelării a unor butoane de Facebook cu o* secțiune de pe site-ul propriu ș.a.; toate acestea ne oferă posibilitatea unei promovări cu *efecte măsurabile.*

Există și alte aspecte, aparent minore, dar care se constituie în mijloace efective ce susțin imaginea teatrului și produc audiență. Un exemplu ar fi *actualizarea periodică* a *fotocover*-ului. Pare o acțiune reflexă, însă, gestionată conform unui plan pus la punct, *alternând informațiile vizuale cu cele de text* se poate constitui într-un *mijloc creativ de promovare*.

O activitate eficientă pe Facebook trebuie să țină cont de beneficiul de audiență privit din punctul de vedere al raportului foto – text. Studiile de specialitate au remarcat, începând cu anii 2012 - 2013, o tendință a marketingului, către un *suport vizual* care este *stimulant*. Dacă știm că fotografiile atrag atenția, mai știm și că acestea nu au și capacitatea de a o reține. Aici este momentul când *intervine textul* care, organizat în enunțuri clare și scurte, va asigura transmiterea efectivă a mesajului. În relația dintre cele două elemente, *vizual și text*, dozarea calculată în interiorul ansamblului care constituie produsul final, reprezintă un capitol extrem de important în publicitate.

Pe Facebook, fotografiile generează cu 53% mai multe aprecieri și cu 104% mai multe comentarii. În același timp, postările cu fotografii generează cu 39% mai multă interacțiune. În privința textului din postări, este cert că postările cu un text scurt provoacă cu 23% mai multă interacțiune decât în cazul celor cu multe linii de text. Acest procent este valabil luând în calcul un text scurt, ca fiind până în 500 de caractere. Procentul crește în cazul textelor sub 250 de caractere (60%) sau 80 de caractere (66%). Tot la capitolul text, *statistica arată că folosirea emoticoanelor* aduce cu 33% mai multe redistribuiri, 33% mai multe comentarii și 57% mai multe aprecieri.

În ceea ce privește *distribuția ratei de angajament pe zile ale săptămânii*, *joia și vinerea* se detașează ferm, cu 18% peste toate celelalte zile la un loc.

O anumită particularitate a platformei Facebook este faptul că aceasta pătrunde în spațiul intim al utilizatorilor. În ceea ce privește efortul nostru de a ne promova și de a cunoaște cât mai bine pe cel căruia trebuie să i ne adresăm, acest aspect se traduce în oportunitatea ca, prin intermediul Facebook, să știm nu numai că X ne apreciază spectacolul Y, ci și *unde locuiește X*,

ce *studii are*, ce *muzică ascultă*, ce *cărți preferă*, ce *locuri frecventează* și o sumedenie de alte caracteristici care ajută la crearea unui *profil*.

În luna ianuarie 2018, Facebook a operat 3 schimbări majore la algoritmul referitor la ordonarea postărilor care îi apar fiecarui utilizator în *newsfeed*, acordând prioritate postărilor:

- celor din familie și ale membrilor aceleiași comunități declarate;
- celor cu conținut personal, în defavoarea știrilor;
- din aceeași comunitate locală, din punct de vedere geografic.

Ținând cont de aceste aspecte, în ceea ce privește tema postărilor noastre, dincolo de anunțurile evenimentelor, am încercat *să îi introducem pe cei care ne urmăresc* în *spațiul intim al teatrului*, în interiorul atelierului de creație. Am făcut transmisiuni *live* de la repetiții, am postat materiale video cu actorii pregătindu-se de spectacol în parcuri sau în sală și fotografii de la atelierele de machiaj pe care le-am ținut, am prezentat costume, partituri, tot ceea ce ține de instantanee nefiltrate din *viața unui teatru care este,* până la urmă, *public*.

În cursul anului, am optat pentru *promovarea mai intensă a anumitor evenimente* ce s-a reflectat pozitiv în numărul de persoane la care informația a ajuns. Facebook nu mai este o platformă gratuită de *social-media*. Crearea unui profil/pagini este în continuare disponibilă cu titlu de gratuitate. Dar pentru *o promovare profesionistă și eficientă* a unei afaceri/instituții/campanii, trebuie accesate *promovările plătite.*

Impactul promovărilor

Teatrul Masca gestionează și *pagina oficială a Festivalului Internațional de Statui Vivante*, creată în 2016, la începutul mandatului. Încercând să urmărim tendințele europene de comunicare în social-media, am constatat că foarte multe teatre din afara țării au pagini separate pentru fiecare spectacol din repertoriu.

În privința *platformelor axate pe vizual*, folosim *Instagram.* Interacțiunea, în acest caz, se bazează pe postări vizuale și pe un text structurat pe cuvinte-cheie, *hashtag*. Este o formă de comunicare modernă, care folosește elemente succinte de exprimare pentru a transmite stări, senzații, momente individuale, într-o formă nefiltrată de încercarea de a descrie sau explica.

Ținând cont de toate cele de mai sus am organizat întâlniri lunare în care am analizat datele obținute, precum și impactul avut, ajustând cand a fost cazul, strategia menționată.

A.5. grupurile-ţintă ale activităţilor instituţiei;

Ținând cont de cele două direcții principale de activitate a Teatrului Masca, spectacole de *indoor* și spectacole în *spații neconvenționale outdoor,* Programele și proiectele noastre sunt concepute pentru a se adresa în principal *publicului bucureștean de teatru.*

**O mențiune importantă,* mai ales în privința *stagiunii de exterior.* Pentru că spectacolele din cadrul acesteia se joacă *în spații publice* (parcuri, piețe, bulevarde*) adică se țin în locuri în care cei prezenți nu se află programat pentru un spectacol de teatru,* ele se adreseaza și *non-consumatorilor de teatru.*

Un grafic de care ne-am folosit este cel al *Barometrului de consum cultural 2016,* care ilustrează implicarea în activități culturale în funcție de profilul socio-demografic:

Profil socio-demografic	Nivelul de implicare în activitățile culturale			
	scăzut	mediu	ridicat	foarte ridicat
Gen				
Masculin	50%	53%	60%	44%
Feminin	50%	47%	40%	56%
Vârstă				
18-24	6%	26%	39%	34%
25-29	6%	14%	4%	46%
30-39	13%	24%	16%	20%
40-49	20%	19%	16%	0%
50-64	26%	12%	15%	0%
65 și peste	29%	5%	10%	0%
Nivelul de educație				
nivel de educație scăzut	27%	7%	3%	0%
nivel de educație mediu	58%	54%	42%	0%
studii postliceale	8%	12%	14%	17%
nivel de educație ridicat	7%	27%	41%	83%
Venit personal				
Până în 1000 RON	56%	28%	31%	0%
1000-1999 RON	37%	51%	36%	0%
2000-2999 RON	5%	14%	22%	0%
3000-3999 RON	1%	7%	0%	100%
Peste 4000 RON	1%	0%	11%	0%
Categorii ocupaționale				
Casnică/Someri/Fără ocupație	36%	16%	0%	0%
Elev/Student	4%	19%	23%	39%
Ocupații cu status scăzut	33%	18%	9%	0%
Ocupații cu status mediu	15%	14%	19%	0%
Ocupații cu status ridicat	12%	33%	49%	61%

În interiorul acestui cerc reprezentat de publicul bucureştean, distingem următoarele grupuri țintă cărora ne adresăm prin programe și proiecte specifice:

Grupuri țintă	Programe și Proiecte
Adulți între 24 - 45 ani	Stagiunea indoor *(La Început a fost Gestul, Masca tradițională, Masca altfel)*, Stagiunea outdoor *(Cu Teatrul în parc, Concediu la Masca, Centura culturală a Capitalei)*, La plimbare cu Masca *(Calea Victoriei pietonal, Premiere)*, Comunitatea Masca online și offline *(Teatrul Masca, vecinul nostru, Ziua Bloggerilor)*, Masca în turneu, Statuile Masca *(FISV)*
Adulți între 45 - 60 ani	Stagiunea indoor *(Masca tradițională)*, Stagiunea outdoor (*Cu Teatrul în parc, La Plimbare cu Masca)*, Statuile Masca *(FISV)*
Copii între 3 - 12 ani	Şcoala de Teatru Gestual *(Şcoala la Masca, Ora de cultură)*, Statuile Masca *(FISV)*
Adolescenți între 13 – 19 ani	Stagiunea Indoor *(La Început fost gestul)*, Şcoala de Teatru Gestual (*Şcoala la Masca, Ora de cultură, Masca îți dă gestul*), Statuile Masca *(FISV)*, Stagiunea Outdoor – *toate proiectele*
Seniori (peste 60 de ani)	Stagiunea Outdoor **-** *toate proiectele*, La plimbare cu Masca – *toate proiectele*, Statuile Masca *(FISV)*
Familii tinere cu copii	Stagiunea Outdoor, La plimbare cu Masca, Statuile Masca, Comunitatea Masca online și offline **toate proiectele din cadrul acestor programe*
Tineri absolvenți ai institutelor de teatru	Tineri la Masca *(Tineri creatori la Masca)*
Studenți (19-24)	Stagiunea indoor *(La Început a fost Gestul, Masca altfel)*, Comunitatea Masca online și offline *(Ziua Bloggerilor)*, Tineri la Masca *(Poli Masca)*
Public specializat, profesioniști ai teatrului (teatrologi, dramaturgi, critici, regizori, actori, scenografi etc.)	Stagiunea indoor, Stagiunea outdoor, La plimbare cu Masca, Masca în turneu, Statuile Masca **toate proiectele din cadrul acestor programe*
Public specializat în arte vizuale (artiști plastici, artiști vizuali, fotografi)	Stagiunea indoor (*La Început a fost Gestul, Masca tradițională, Masca Altfel*), Stagiunea outdoor *(Centura culturală a Capitalei)*, Statuile Masca *(FISV)* **toate proiectele din cadrul acestor programe*

Public accidental (non-consumatorii de teatru)	Stagiunea outdoor, Statuile Masca, La plimbare cu Masca **toate proiectele din cadrul acestor programe*
Turiști / rezidenți nevorbitori de limba română	Stagiunea indoor, Stagiunea outdoor, Statuile Masca, La plimbare cu Masca **toate proiectele din cadrul acestor programe*
Public internațional, consumator sau non-consumator de teatru	Masca în turneu *(Turnee în străinătate)*

A.6. profilul beneficiarului actual.

Beneficiarul principal al spectacolelor Teatrului Masca este *publicul bucureștean de teatru,* cu anumite caracteristici ce țin de specificul nostru. Acest public este structurat în funcție de cele două stagiuni pe care le susținem: *indoor* și *outdoor*.

Beneficiarul spectacolelor indoor (*Publicul de sală)*

Rezultatele studiului IRES, dar și centralizarea mijloacelor interne de interogare, relevă un public predominant de sex feminin. Aceasta se datorează, cel mai probabil, nu atât unei predispoziții a femeilor de a frecventa teatrul, cât faptului că femeia este un factor decizional (în majoritatea cazurilor) în planificarea activităților pentru timpul liber. Ea este cea care programează cumpărăturile, ieșirile la evenimente culturale sau de *entertainment*. Dacă la nivelul Capitalei, studiile arată că un factor determinant în luarea deciziei de a merge la un spectacol de teatru este reprezentat de numele actorilor din distribuție, în privința publicului nostru, al Teatrului Masca, este mai relevant titlul și tema spectacolului. *Spectacolele* noastre sunt *de trupă și de stil,* nu promovează în mod deliberat individualități, de aceea este mai important titlul și notorietatea acestuia. Media de vârstă a publicului de sală este în intervalul 20-40 de ani, cu studii medii și superioare, care caută satisfacție intelectuală în acest tip de activități. Nu are o cultură teatrală specifică, dar are o cultură generală satisfăcătoare sau ridicată, capabilă să permită conexiuni și asocieri la referințe culturale din alte domenii. Este un utilizator frecvent al internetului, în special pe dispozitive mobile cum ar fi telefonul sau tableta. Agreează utilizarea spațiului *online* în deciziile care țin de *lifestyle* și va cumpăra, cu precădere, biletul prin tranzacție *online*. Este un public educat, care merge la teatru cel puțin o dată pe an și conștientizează specificul teatrului ca spațiu cu încărcătură deosebită, lucru relevat atât în privința vestimentației cât și a comportamentului. Are venituri medii sau mari și accesează spectacolul de teatru ca pe o recompensă psihologică personală. *Folosește teatrul ca pe un mijloc de socializare în cadrul restrâns al relației de cuplu* sau, mai larg, al unui grup social de care aparține.

Beneficiarul spectacolelor outdoor *(Publicul spectacolelor de stradă)*

Cu o medie de vârstă de 35-60 de ani, cu studii medii sau sub medii, acesta nu este un consumator obișnuit al actelor de cultură, în general. În privința teatrului, în particular, merge la spectacole de sală cel mult o dată la câțiva ani sau deloc. Are venituri medii sau mici și preferă participarea la evenimente cu acces gratuit – târguri organizate de autoritățile locale în preajma sărbătorilor, evenimente de tip *zilele orașului*, evenimente organizate cu ocazia zilelor cu semnificație specială cum ar fi 1 Mai etc. Utilizează în mod uzual internetul și este înclinat spre arhivarea digitală a experiențelor de viață și distribuirea acestora pe mediile de socializare online. Urmărește, mai degrabă, satisfacție senzorială, în detrimentul uneia la nivel intelectual și este atras de manifestările care includ *spectaculosul* între atribute. Membru al unei familii tinere, cu copii, sau al unui cuplu ori grup de vârstnici, plimbarea în aer liber, în parc, constituie un element programat al rutinei zilnice. În privința caracterului *accidental* al acestui public, se petrece un lucru interesant. Având în vedere notorietatea stagiunii de exterior a Teatrului Masca, se poate întâmpla ca spectatorul să se întâlnească accidental cu un spectacol jucat în parc, dar să ia decizia de a rămâne la spectacol tocmai pentru că ne cunoaște. În afară de plimbări, cealaltă modalitate principală de petrecere a timpului liber este televizorul, cu precădere emisiuni de știri, talk-show sau reality-show.

Alte categorii de beneficiari

- O *categorie aparte de beneficiari* este cea formată din ***tânăra generație***, cu o medie de vârstă între 10-18 ani care frecventează spectacolele dedicate, la sediu, și toate celelalte spectacole sau evenimente susținute în aer liber. Ca o paranteză, trebuie să menționăm că noi, fiind un teatru tânăr, am crescut împreună cu publicul nostru. În repetate rânduri am observat, întâi cu surpriză(!), apoi cu mare plăcere, că *foștii* copii care veneau la spectacolele noastre cu părinții lor, își aduc acum la rândul lor *copiii* la evenimentele noastre *outdoor*. Ștafeta de spectator merge mai departe! În fapt vorbim de *construirea unei tradiții* culturale în aceste cartiere-dormitor ale Capitalei, teatrul nostru reprezentând singura instituție care, de 30 de ani, îi *vizitează* de câteva ori pe an, le propune *întâlniri teatrale* și asta pentru că *Masca este un teatru popular și prietenos (friendly).*

- Tinerei generații i se adaugă *o categorie la fel de importantă de public* căruia ne adresăm cu precădere în cazul Stagiunii outdoor, ***Seniorii* (pensionarii)**. Aceștia reprezintă un public constant al evenimentelor în aer liber ce se desfășoară cu precădere în parcurile mai mari sau mici, de lângă blocurile de rezidență. Cu excepția posturilor tv (de știri și de sport), aceștia nu au o altă

variantă de petrecere a timpului liber în afara plimbărilor în parc, singuri sau însoțiți de nepoți. Ei devin astfel *un vector important pentru publicul spectacolelor de stradă*: prin conduita lor vizavi de evenimentele de acest tip, ei *influențează* și alte categorii de public să le urmeze exemplul: copiii lor, ajunși deja adulți, prietenii și vecinii de bloc (angajați sau nu, *casnice sau șomeri*). Din experiența noastră de joc în toate cartierele bucureștene, deși aparent surprinzător, Seniorii încă au autoritate în blocurile în care locuiesc (sau în arealul imediat de lângă blocuri), iar dacă sunt cuceriți de ceea ce văd, devin spectatori fideli cu orice altă ocazie. *Își amintesc* de toate *spectacolele Masca* văzute și *transmit experiența mai departe*, erijându-se în *cunoscători ai fenomenului Masca*; le explică celor mai tineri sau celor care se află prima dată acolo, ce spectacol urmează să se joace (evident că sunt *cei mai bine informați* (!), *re-cunosc* actorii, intră în *discuții spontane* cu aceștia cât se află la machiaj, se interesează de alți actori care nu mai sunt în trupă, vin însoțiți de nepoți să îi cunoaștem și să îi lăudăm, dau o mână de ajutor când curiozitatea îi mână prea tare pe unii dintre tineri etc.

Atunci când **jucăm în parcurile bucureștene** ne aflăm de fapt într-o adevarată și **foarte călduroasă comunitate**, la **a cărei naștere sau păstrare am contribuit nemijlocit**.

B. Evoluţia profesională a instituţiei şi propuneri privind îmbunătăţirea acesteia:

B.1. adecvarea activităţii profesionale a instituţiei la politicile culturale la nivel naţional şi la strategia culturală a autorităţii;

Activitatea Teatrului Masca ține cont de politicile culturale care acoperă atât strategia autorității locale, în privința culturii, cât și cea națională: *Strategia Culturală a Municipiului București 2016-2026* (document adoptat la 1 august 2016) și *Strategia pentru cultură și patrimoniu național 2016-2022* (document pentru a cărui elaborare Ministerul Culturii a revizuit *Strategia Sectorială pentru Cultură și Patrimoniu Național 2014-2020).* Alinierea la politicile culturale pe termen mediu a însemnat, pentru noi, continuarea progamelor și proiectelor care au dovedit că răspund obiectivelor din Strategia Culturală a Municipiului București, cu mențiunea că acestea acoperă teme tratate și de către strategia la nivel național.

**Documentul elaborat de Ministerul Culturii în 2016 a rămas la stadiul de document consultativ, în sprijinul artiștilor, operatorilor culturali și al cetățenilor, nefiind aprobat printr-o Hotărâre de Guvern.*

Obiective specifice din Strategia Culturală a Municipiului București	
Dezvoltarea culturii ca motor al dezvoltării urbane durabile	**D**e-a lungul timpului, *Stagiunea outdoor* a Teatrului Masca a devenit o constantă și un reper, atât calendaristic, cât și afectiv, în multe *micro comunități* din diferite zone ale Bucureștiului. Am reușit *să restituim bucureștenilor pentru consum cultural* zone care nu mai prezentau niciun interes, dincolo de un banal spațiu de plimbare. Un astfel de spațiu a fost în 2018 *Parcul de lângă fostul Cinema Giulești*, dar exemplele în timp au fost mai multe: *Parcul Regina Maria, Parcul Florilor, Plumbuita, Humulești, Motodrom*. **O** zi de spectacol în parc nu înseamnă numai cele 2 ore în care susținem, efectiv, reprezentația. Înseamnă și o *minimă pregătire a spațiului, împreună cu autoritățile locale, curățare*, înseamnă o *amenajare* prin care crește atractivitatea, înseamnă afișajul de spectacol, care, dincolo de a promova, *educă* pe cei care îl citesc, înseamnă aducerea unui plus de valoare pentru spațiul respectiv, în cadrul comunității de acolo; acesta este rezultatul cel mai important: *crearea acestor micro-comunități, în jurul spectacolelor jucate în exterior.* **P**rogramul *La plimbare cu Masca* înseamnă o suită de spectacole de tip *walking performance*, reprezentații susținute pe arterele cele mai importante ale Capitalei. În acest sens menționăm spectacolul *Noi - dedicat Centenarului* – care a avut premiera (și, ulterior, mai multe reprezentații) pe *Calea Victoriei*, și care se constituie într-un exemplu cât se poate de concret pentru *valorificarea spațiului urban.* De altfel, acesta nu a fost singurul program susținut pe Calea Victoriei, noi participând și la evenimentele *La pas pe Calea Victoriei,* organizate de Creart.
Încurajarea consumului prin asigurarea accesului și încurajarea participării echilibrate a tuturor cetățenilor la sistemul cultural	**P**e lângă *deschiderea evidentă către toate categoriile de public*, prin susținerea *spectacolelor gratuite în exterior*, ne-am aliniat și la o politică culturală care a constatat *dezechilibrul consumului cultural dintre centru și periferie*. Așa se face că, o *hartă virtuală a reprezentațiilor de stradă* ale Teatrului Masca, în București, va acoperi *uniform zone consacrate sau obișnuite cu evenimente artistice:* Bdul. Magheru, Calea Victoriei, Parcul Cișmigiu, Parcul Crangași etc. *și zone mai rar (sau deloc) frecventate:* Pantelimon, Colentina, Ferentari, Militari, Drumul Taberei ș.a.
Afirmarea pe plan internațional și promovarea Bucureștiului ca o Capitală Culturală atractivă în spațiul european	***S**pecificul* nonverbal al spectacolelor Masca permite participarea unui *public nevorbitor de limbă română*, fie că este vorba de turiști, fie că este vorba de rezidenți temporari cu legături cu spațiul european și nu numai. În mod expres discutăm de stagiunea *outdoor* cu un posibil public obișnuit cu *atmosfera* marilor capitale europene și cu frecvența manifestărilor artistice de stradă. **Î**n 2018, spectacolele de stradă au participat la unele dintre cele mai prestigioase festivaluri cu acest specific, din Europa, în cadrul unui turneu cu două deplasări în Marea Britanie. Printr-un parteneriat cu ICR Londra am jucat în cele două deplasări un spectacol de *statui vivante*, *Strigatele Parisului* și un *walking performance* dedicat sărbătoririi Centenarului – *Noi*.

	Tot în 2018, Masca a participat la un festival organizat de Teatrul Teatrul Dramatic Sava Ognyanov, din Ruse, Bulgaria. **C**el mai important atu în sensul obiectivului strategic a fost organizarea celei de-a 8-a ediții a Festivalului Internațional de Statui Vivante, primul festival de *living statues* din Europa, atât prin amploare și durată, cât și prin *conceptul inedit de festival intinerant în mai multe spații din Capitală* (al doilea ca notorietate). Ecourile acestui eveniment au fost concretizate în apariții media și publicații importante ca New York Times, Washington Post sau Daily Mail.
Bucureștiul – oraș conectiv	**A**m continuat *procesul de digitizare a arhivei* Masca, demers care urmărește *crearea unei baze de date online*, ce poată fi accesată de studenți si profesioniști în domeniu. În acest moment, *întreaga arhivă a materialelor grafice* (afișe, bannere, caiete program, fotografii, filmări) *este trecută pe suport digital*, și căutăm soluții pentru crearea unei *platforme de prezentare*. **A**m creat o categorie separată pe site-ul nostru, unde pot fi *accesate în format electronic toate numerele publicației Caietele Masca*, rezultatul unui efort teoretic și de documentare în domeniul nostru artistic: *teatrul de stradă.*
Creșterea capacității și sustenabilității în domeniul cultural	**A**ici trebuie să vorbim de eforturile pentru a crește numărul spectacolelor de exterior, pentru a acoperi zone cât mai mari de discurs artistic și, implicit, a cât mai multor categorii de public. **A**m continuat programul *Tineri creatori la Masca*, constatând că un procent semnificativ dintre absolvenții de actorie, nu au unde profesa. În cadrul acestui proiect, *am adus tineri absolvenți la Masca*, în cadrul unei colaborări *de tip internship* și am oferit, prin proiecte dedicate publicului tânăr și foarte tânăr, șansa de a se familiariza cu teatrul într-o formă inedită și a deveni spectatorii anilor viitori. **Î**n plus, în cadrul aceluiași program, am avut *premiera Loochy & Moochy*, spectacol realizat în stilul de teatru noverbal, interpretat în întregime de actori tineri.

B.2. orientarea activităţii profesionale către beneficiari;

În stagiunea care s-a încheiat în aprilie 2018, am jucat *Casa cu nebuni,* după G.M. Zamfirescu, un spectacol care continuă linia producțiilor ce aduc în scenă mari autori români și care s-a adresat publicului nostru familiarizat cu conceptul de *statuie vivantă*. Cel de-al doilea spectacol, *Yvonne*, pe un scenariu și un concept original *Mihai Mălaimare,* a angrenat întreaga gamă de mijloace de expresie a trupei de actori de la Masca. Este un spectacol de stil, în cadrul proiectului *La început a fost gestul*.

Pentru a acoperi segmentul de vârstă între 10-18 ani, am deschis stagiunea de *interior 2018-2019* cu un spectacol al cărui public țintă principal este tânăra generație - *Loochy & Moochy*,

inspirat de legenda japoneză a nașterii comediei, *scenariul și regia Andreei Vulpe*, un *spectacol muzical unicat*.

Cel de-al doilea spectacol al actualei stagiuni, *Visul*, este o adaptare după *Visul unei nopți de vară* de W. Skakespeare, realizat în cadrul proiectului *Masca Tradițională*, care propune mari texte ale dramaturgiei românești și universale.

În ce privește stagiunea de exterior, am propus patru premiere în 2018: *Strigătele Parisului, Noi, Bâlciul* și *Mateloții: Întoarcerea pe mare*. Am căutat să avem o ofertă artistică variată și să acoperim o zonă extinsă a teatrului de stradă prin spectacole *muzicale, de tip walking performance* sau de *statuie vivantă*, venind în întâmpinarea nevoii culturale a beneficiarilor din spațiile neconvenționale, așa cum au arătat-o prezența numeroasă la reprezentații, dar și cea mai bună măsurătoare, aplauzele spectatorilor.

Ținând cont de realitățile societății în care trăim, *am menținut prețul biletelor* (în cazul spectacolelor *indoor*) la un *nivel corect proporțional cu puterea de cumpărare a grupurilor țintă* de beneficiari, și, în același timp, *competitiv* în relație cu oferta extrem de variata de cultură și – mai ales – *entertainment*. Având în vedere utilizarea internetului pe scară largă, atât la achiziționarea de bunuri, cât și de servicii culturale, *am încurajat achiziționarea biletelor online*, prin *reduceri la achiziție online* și *optimizarea sistemului informatic de interfață*.

B.3. analiza principalelor direcţii de acţiune întreprinse.

Activitatea Teatrului Masca urmărește *două direcții* principale: una a *spectacolelor și a evenimentelor teatrale propriu-zise*, iar a doua este aceea care acoperă *zonele de cercetare, educare și teoretizare.*

Spectacolele Teatrului Masca înseamnă, în fapt, *o stagiune de interior* (*octombrie- aprilie)* și *o stagiune de exterior* (*mai-septembrie)*. Cum producțiile de sală jucate în 2018 au fost amintite în subcapitolul anterior, vom insista acum pe cele de exterior, în primul rând pentru că mai mult de 80% din activitatea noastră este definită de reprezentațiile în *spații în aer liber, neconvenționale* și în al doilea rând, pentru că acolo se găsește *beneficiarul principal* al ofertei noastre teatrale.

Ca în fiecare an, având în vedere profilul beneficiarilor noștri în exterior și faptul că un procent semnificativ dintre aceștia au studii medii și caută mai degrabă elementul de *entertainment* decât pe acela cultural, am produs un spectacol care să fie atractiv pentru această categorie de public, să fie *îmbrăcat* într-o formulă artistică ușor de asimilat, dar care să nu facă deloc compromisuri de la nivelul artistic pe care *brandul Masca* îl menține. Acesta este conceptul care

a stat în spatele spectacolului *Matelotii: Întoarcerea pe mare*, spectacol ce a reunit cei mai buni actori a teatrului, cu experiență în teatrul de stradă între 15 și 29 de ani.

Așa cum se întâmplă de câțiva ani buni, am propus *un spectacol nou de statui vivante*, formulă teatrală pe care am reușit să o impunem de-a lungul timpului în mentalul publicului bucureștean, și nu numai, ca pe un mijloc de exprimare extrem de atractiv, perfect adecvat cerințelor teatrului de stradă, care *agreează* cel mai bine producții concentrate, ca timp de desfășurare, și cu mesaje ușor transmisibile. *Conceptul, modul de realizare, interpretarea actorilor* sunt elemente care fac din *statuia vivantă a Teatrului Masca* un produs unic cu care bucureștenii sunt din ce în ce mai familiarizați, produs pe care l-am *exportat* cu succes și în străinătate. *Ecourile acestei cercetări* continue și îndelungi se regăsesc în *preluarea acestei formule de către artiști independenți* sau chiar de către alte teatre din țară, folosindu-se de artiști care s-au format, majoritatea, în interiorul *laboratorului* Masca. Spectacolul din 2018 s-a numit *Strigătele Parisului* și a propus 16 personaje, statui individuale, fiecare dintre acestea ilustrând câte una din meseriile uitate ale Parisului de secol XVIII. Una din noutățile aduse de acest spectacol a fost *materialitatea deosebită a costumelor*, realizate împreună cu scenografa Adina Mastalier.

Bâlciul (8 spectacole distincte în cadrul unui spectacol unic) a adus în parcurile bucureștene atmosfera grandioasă a marilor bâlciuri pariziene de altă dată. Decorul a fost reprezentat de corturi mari, cu imagini și inscripții diferite pe fiecare dintre ele, dând atmosfera caracteristică unui bâlci. Accesul în aceste corturi, ce găzduiau mini-reprezentațiile, s-a făcut pe baza unor bilete *gratuite* distribuite de *Cocoșatul de la Notre Dame*, *Clovnul Casieră* și *Pulcinela*. Spectacolele jucate au fost: *Sarah Bernhard, Sărmanul Pierrot, Lampa lui Aladin, Octogonul lui Da Vinci, Dansul Scheletelor, Femeia cu barbă, Rochia de fum, Zmeul și merele de aur.* Cu un an înainte, în 2017, am experimentat formula de *micro stagiune*, alcătuind un program săptămânal de spectacole care să acopere toate producțiile din repertoriul actual în același spațiu, *formulă* care a avut *succes* și a fost continuată și în 2018. *Bâlciul* a fost un spectacol de amploare și astfel s-a potrivit perfect conceptului de micro stagiune, fiind jucat de obicei timp de două zile în același spațiu, fiind foarte apreciat și foarte cerut de către locuitorii din București.

Reintrodusă în repertoriul nostru tot în 2017, formula de succes a spectacolului în mișcare - *walking performance, a fost continuată* și în 2018 cu spectacolul *Noi, "un spectacol în mers care nu-și va opri niciodată rostita întrebare: voi, încotro mergeți?",* un spectacol dedicat Centenarului.

În stagiunea de exterior 2018 am prezentat publicului spectacole 5 zile pe săptămână, numărul reprezentațiilor variind între 5 și 10 (uneori fiind jucate 2 sau 3 spectacole/zi).

În zona de cercetare și teoretizare a teatrului de stradă, am continuat aparițiile în cadrul proiectului editorial– *Caietele Masca*. Demersul nostru și-a propus *să dea o structură teoretică parcursului creator legat de spațiul de joc fabulos care este strada, fiind nevoie de o punere într-un context mai larg, european și mondial, a experienței locale a teatrului de stradă, aflat, în special datorită in principal eforturilor noastre, în continuă evoluție și transformare.* În 2018 au apărut 4 numere noi: *Publicul de teatru de stradă* (#6), *Costumul în teatrul de stradă* (#7), *Decorul în teatrul de stradă* (#8) și *Festivaluri de teatru de stradă* (#9).

Tot la capitolul cercetare, *pe lângă antrenamentele specifice* permanente, atât de necesare pentru condiția unui actor al teatrului de stradă, am organizat *workshop*-uri menite să ofere trupei soluții din ce în ce mai bune pentru acoperirea mijloacelor de expresie necesare, conform discursului nostru artistic: *work-shop de machiaj de statuie vivantă*, unul dintre ele susținut de *Afke Westdijk*, profesionist al domeniului, din Olanda; *workshop de acrobație* cu Ionuț Corlaci; *workshop* de dans și mișcare scenică; workshop de canto.

O altă preocupare constantă, cea determinată de misiunea educativă asumată, a fost concretizată în continuarea prgamului *Școala de Teatru Gestual Masca (STG*) un program care oferă copiilor și tinerilor un bagaj cultural teatral complex, atât de util într-o lume în care mijloacele de expresie teatrale se diversifică.

În același sens am extins aria de interes a *Festivalului Internațional de Statui Vivante,* căruia i-am adăugat o latură educațională complexă. Am amenajat spații cu destinație specială, servind acestui scop:

- *Cort demonstrație machiaj* - s-au prezentat și exemplificat *tehnici de machiaj specifice statuii vivante*, cu reliefarea specificului acestui tip de machiaj, în relație cu machiajul cosmetic, în general, și machiajul de teatru, în particular;

- *Cort documentare* - au fost puse la dispoziția celor interesați *materiale documentare* ce acoperă zona de *teatru de stradă și, mai ales, statuia vivantă*;

- *Cort video* - spațiul a fost amenajat pentru vizionarea unui material video valoros din arhiva teatrului Masca (*masterclass-ul* de statuie vivantă și teatru gestual, ținut de Mihai Mălaimare);

- *Expoziție de grafică* - cu lucrări ale artistului Andrea Bucci, sculptorul italian a cărui lucrare se regăsește pe afișul festivalului, și a cărui operă reprezintă o ilustrare vizuală a conceptului de *mișcare în nemișcare*;

- *Expoziție foto* - un adevărat documentar în imagini despre dezvoltarea conceptului de statuie vivantă în România;

- *Expoziție de costume de statuie vivantă* a unui număr de 25 de costume folosite la edițiile anterioare;

- *Plasarea în spațiul festivalului* a 50 de panouri cu texte teoretice despre teatrul de stradă, publicate inițial în *Caietele Masca*.

Din punctul de vedere al *cifrelor,* activitatea Teatrului Masca în 2018 arată astfel:

- *253 de reprezentații* :
  - *Indoor*: 51;
  - *Outdoor*: 161 în București, 17 în țară, 24 în străinătate;
- *119234 spectatori* (cifră aproximativă determinată de aproximarea nr. de spectatori outdoor);
- 3434 de spectatori *indoor;*
- aproximativ 115800 spectatori *outdoor:*
  - aproximativ 11300 în turneele din afara țării;
  - aproximativ 60000 la Festivalul Internațional de Statui Vivante;
  - aproximativ 44500 în cadrul stagiunii de exterior;
- *26 de spații din București:*

Parcul Regele Mihai, Parcul Alexandru Ioan Cuza, Parcul Crângași, Parcul Drumul Taberei, Gradina Cișmigiu, Parcul Plumbuita, Parcul Morarilor, Parcul Florilor, Parcul Titan, Parcul Tei, Parcul Lumea Copiilor 1 și 2, Parcul Motodrom, Piața Universității, Calea Victoriei, Bdul. Regina Elisabeta, Bdul. Magheru, Piața Revoluției, Centrul Vechi (Lipscani, Poștei, Franceză), Piața Romană, Piața Victoriei, Stația de metrou Aurel Vlaicu, Piața Veteranilor, Bdul. Iuliu Maniu, Parcul Cinematografului Giulești.

C. Organizarea, funcţionarea instituţiei şi propuneri de restructurare şi/sau de reorganizare, pentru mai buna funcţionare, după caz;

C.1. Măsuri de organizare internă

Regulament de Ordine și funcționare, Organigramă, Stat de funcții

În urma analizelor efectuate pe parcursul anului, a evaluărilor funcțiilor și fișelor de post, dar și pentru a ține cont de anumite măsuri dispuse de ordonatorul principal de credite, a fost propusă *o reorganizare*, prin modificarea ROF, a Organigramei și a Statului de funcții. Noile documente au fost aprobate prin H.C.G.M.B. nr. 830 din data de *22.11.2018,* principalele modificări aduse fiind:

- **înființarea unui compartiment de audit public intern** (ținând cont de adresa nr. 418/12/18.06.2018 emisă de către Direcția Audit Public Intern din cadrul PMB privind Legea 672/2002 a auditului public intern). Funcțiile nou create *au fost scoase la concurs* conform prevederilor legale, neexistând însă *niciun candidat înscris.*

*Se are în vedere organizarea unui nou concurs în prima parte a semestrului II a anului 2019.

- unele **posturi** existente au fost **reîncadrate** pentru a respecta prevederile Anexei 3 la HCGMB nr. 367/2018 privind modificarea și completarea HGCMB nr. 304/2017 referitoare la aprobarea salariilor de bază aferente funcțiilor din cadrul familiei ocupaționale "Administrație;
- au fost **schimbate atribuțiile unuia dintre cele două posturi de director adjunct**, din cauza faptului că, în ciuda eforturilor din ultimii 2 ani, nu a fost posibilă ocuparea funcției de Director adjunct cu atribuții economice.

*În timpul redactării raportului a fost organizat concurs pentru unul dintre posturi de director adjunct, post ce a fost astfel ocupat.

Sistemul de control intern managerial

În Teatrul Masca funcționează o Comisie de Monitorizare a cărei structură a fost modificată prin Decizia nr. 8/28.02.2018. Programul de dezvoltare a Sistemului de Control Intern Managerial a fost realizat ținând cont de rapoartele de autoevaluare din anul anterior, dar și de necesitatea actualizărilor impuse de O.S.G.G. 600/2018 și de corelarea cu *Strategia Națională Anticorupție*. La finalul anului 2018, din totalul de 16 standarde cuprinse în *Codul controlului intern managerial* sunt implementate 13, parțial implementate 2, un standard nefiind aplicabil în acest moment:

Standarde implementate	**Standardul 1 – Etica și integritatea** **Standardul 2 – Atribuții, funcții, sarcini** **Standardul 4 – Structura organizatorică** **Standardul 5 – Obiective**

	Standardul 6 – Planificarea **Standardul 7 – Monitorizarea** **Standardul 8 – Managementul riscului** **Standardul 10 -Supravegherea** **Standardul 11 – Continuitatea activității** **Standardul 12 – Informarea și comunicarea** **Standardul 13 – Gestionarea documentelor** **Standardul 14 – Raportarea contabilă și financiară** **Standardul 15 – Evaluarea sistemului de control intern/managerial**
Standarde parțial implementate	**Standardul 3 – Competență, performanță** **Standardul 9 – Proceduri**
Standarde neaplicabile	**Standardul 16 – Auditul intern**

Termenele trasate Comisiei de Monitorizare pentru implementarea tuturor standardelor este:

- **I**mplementarea *Standardului 3 – Competență, Performanță*: 31.12.2019 (dat fiind faptul că elementul lipsă în acest caz a fost nerealizarea tuturor cursurilor de perfecționare prevăzute);

- **I**mplementarea *Standardului 9 – Proceduri*: 30.06.2019 (realizarea de proceduri pentru toate activitățile procedurabile identificate, în prezent gradul fiind de 77% și actualizarea procedurilor existente);

- **I**mplementarea *Standardului 16 – Auditul intern*: 31.12.2019 (cu condiția ocupării posturilor vacante de Auditori din cadrul Compartimentului Audit public intern).

<u>Strategia Națională Anticorupție (S.N.A.) 2016-2010</u>

La data de 12.03.2018 a fost emisă Decizia nr. 12 prin care se aprobă Declarația de aderare la valorile fundamentale, principiile, obiectivele și mecanismul de monitorizare a Strategiei Naționale Anticorupție 2016-2020, și se constituie *Grupul de lucru* responsabil cu implementarea planului de integritate. Principalii pași făcuți pe parcursul anului 2018 au vizat crearea structurilor și mecanismelor de bază la nivel intern pentru asigurarea unui sistem coerent de coordonare și aplicare a obiectivelor S.N.A., *în concordanță cu Planul de Integritate 2018-2020 al Muncipiului București*, precum și identificarea și evaluarea vulnerabilităților și riscurilor de corupție la nivelul instituției cu impact asupra nivelului de performanță sau cu consecințe la nivel de buget și imagine a instituției.

Principalele *obiective specifice* pentru implementarea Strategiei Anticorupție:

- *Creşterea transparenţei instituţionale şi a proceselor decizionale*, prin:

- Asigurarea respectării prevederilor privind liberul acces la informaţii de interes public şi a celor privind transparenţa procesului decizional;
- Facilitarea accesului la informaţii de interes public prin publicarea unor seturi de date în format deschis pe site-ul instituției;

- *Creșterea integrității, reducerea vulnerabilităţilor şi a riscurilor de corupţie*, prin:
  - Identificarea procedurilor/normelor care sunt cele mai vulnerabile la corupţie;
  - Actualizarea şi implementarea codului de conduită;
  - Implementarea unui sistem modern de management al resurselor umane pentru a avea angajaţi competenţi, motivaţi şi integri;
- *Consolidarea integrității instituţionale prin planuri dezvoltate pe bază de analize de risc şi standarde de control intern managerial*, prin:
  - Adoptarea declaraţiei de aderare la valorile fundamentale, principiile, obiectivele şi mecanismul de monitorizare a SNA şi comunicarea către Direcția de Integritate;
  - Identificarea riscurilor şi vulnerabilităţilor specifice instituţiei;
  - Aprobarea şi distribuirea în cadrul instituţiei a planului de integritate şi a declaraţiei de aderare la SNA;
  - Evaluarea anuală a modului de implementare a planului şi adaptarea acestuia la riscurile şi vulnerabilităţile nou apărute;

Conform raportărilor privind implementarea Strategiei Naționale Anticorupție la finalul anului 2018 *nu a fost raportat niciun incident de integritate*.

<u>Alte comisii de specialitate</u>

La nivelul instituției au fost *actualizate sau constituite* și au funcționat pe parcursul anului 2018 și alte comisii specializate, precum cele *de recepție a produselor, serviciilor sau lucrărilor de reparații, de recepție a materialelor confecționate sau achiziționate în cadrul procesului de producție a spectacolelor* (decoruri, costume, recuzită etc.) sau *Comisia centrală de inventariere.*

- Comisie pentru achiziția publică a serviciilor de pază numită prin Decizie a Managerului nr. 21/04.05.2018;
- Comisie pentru recepția lucrărilor de reparații numită prin Decizie a Managerului nr. 36/29.08.2018;
- Comisie pentru inventarierea patrimoniului numită prin Decizie a Managerului nr. 40/21.09.2018;

- Comisie pentru casarea bunurilor de natura obiectelor de inventar numită prin Decizie a Managerului nr. 52/23.10.2018.

C.2. Propuneri privind modificarea reglementărilor interne

Pentru următoarea perioadă, principalele modificări asupra reglementărilor interne vizează:

- *actualizarea Regulamentului de Ordine Interioară* în conformitate cu noua structură organizatorică (Organigramă, R.O.F., Stat de funcții), cu Regulamentul GDPR, cu Codul de conduită etică și cu obiectivele din planul de implementare a Strategiei Naționale Anticorupție; termen: 30 aprilie 2019;
- modificarea structurii Consiliului de Administrație; *termen: 31 martie 2019;*
- asigurarea cadrului organizațional intern privind auditul public prin crearea de mecanisme procedurale și programarea activităților de audit, în conformitate cu legislația în vigoare. Concursul va fi reluat în prima parte a semestrului II a anului 2019; *termen nou: 1 septembrie 2019*;
- procesul de acordare a vizei de Control Financiar Preventiv, prin mărirea numărului de persoane desemnate cu această atribuție; *termen: 1 aprilie 2019;*
- procedura de angajare, lichidare, ordonanțare și plată a angajamentelor legale și bugetare, prin modificarea persoanelor cu atribuții în acordarea vizelor de bun de plată; *termen: 31 martie 2019;*
- continuarea demersurilor făcute pentru asigurarea respectării prevederilor privind protecția datelor personale conform Regulamentului GDPR, atribuțiile de Responsabil cu Protecția Datelor (DPO) fiind asigurate de Compania Municipală Tehnologia Informației București S.A.;
- eficientizarea modalităților de comunicare cu personalul, în special în zona artistică, prin implementarea, pe lângă sistemele clasice de afișaj, a unui *Avizier virtual* care sa asigure transmiterea informațiilor cu viteză și în siguranță (prin accesarea unei secțiuni parolate a site-ului instituției); *termen: 31 martie 2019*;
- mărirea numărului de ședințe cu întregul personal al instituției la minim 4/an (câte o ședință în fiecare trimestru), în vederea informării în domeniul normelor de etică și conduită precum și a elaborării planului de integritate conform Strategiei Naționale Anticorupție;
- mărirea numărului de ședințe de instruire colectivă a personalului tehnic de scenă privind normele de securitate și sănătate în muncă la minim 1/trimestru;

- organizarea de simulări de incendiu și/sau cutremur la intervale de minim 6 săptămâni, pentru testarea sistemelor de alarmare proprii, dar și pentru a crea în rândul angajaților reflexele necesare în cazul producerii unor astfel de evenimente, în așa fel încât evacuarea să se poată produce în condiții de siguranță și rapiditate.

C.3. Sinteza activităţii organismelor colegiale de conducere

Conform dispozițiilor legale și Regulamentului de Organizare și Funcționare al Teatrului Masca, Managerul este sprijinit în procesul de decizie de Consiliul administrativ (cu rol deliberativ) și Consiliul artistic (cu rol consultativ);

Pe parcursul anului 2018 au avut loc 12 întruniri ale Consiliul de Administrație, consemnate prin procese verbal astfel: 142/22.01.2018; 375/21.02.2018; 653/26.03.2018; 942/25.04.2018; 1175/15.05.2018; 1418/11.06.2018; 1726/09.07.2018; 2052/27.08.2018; 2284/13.09.2018; 2677/17.10.2018; 3019/19.11.2018; 3599/17.12.2018.

Principalele aspecte și teme dezbătute în cadrul ședințelor de Consiliu Administrativ au fost:

- bugetul instituției (execuția anului anterior, propuneri pentru anul 2018, execuții semestriale, propuneri de rectificări etc.); derularea obiectivelor de investiții; stabilirea prețurilor biletelor la spectacole; structura organizatorică, propuneri de modificări la ROF, organigramă, stat de funcții, criterii de evaluare a personalului, angajări, delegări de atribuții etc.; drepturile salariale ale personalului; probleme organizatorice din activitatea funcțională curentă ; stabilirea activităților necesare pentru îndeplinirea programelor și proiectelor culturale ale instituției (intrarea în producție a spectacolelor și achizițiile necesare pentru realizarea decorurilor și/sau costumelor, efectuarea de turnee, contractarea colaboratorilor artistici, etc.); modificări legislative.

Consiliul Artistic s-a întrunit în anul 2018 în data de 12.02.2018 (Proces verbal nr. 325/12.02.2018).

Discuțiile din cadrul întâlnirii Consiliului Artistic au privit strategia repertorială pentru stagiunea 2018-2019 (*outdoor* și *indoor*), organizarea de turnee artistice, activitățile din cadrul proiectelor culturale (artistice, educative, de cercetare), poziția și evoluția Teatrului Masca în raport cu mișcarea teatrală actuală și cu tendințele de consum cultural.

C.4. Dinamica şi evoluţia resurselor umane ale instituţiei (fluctuaţie, cursuri, evaluare, promovare, motivare/sancţionare);

Așa cum am menționat deja, la finalul anului 2018 au fost aprobate o nouă Organigramă și un nou Stat de funcții.

La data de 31.12.2018 Organigrama Teatrului Masca prevede *un număr total de 59 de posturi, din care 5 posturi de conducere și 54 posturi de execuție*, distribuite în 9 compartimente și 1 serviciu, personalul fiind încadrat cu contracte individuale de muncă pe perioadă nedeterminată sau pe perioadă determinată, în baza O.G. 21/2007.

Pe parcursul anului 2018 fluctuația personalului total de la o lună la alta s-a situat în zona de +/- 2 persoane, cu cele mai mari scăderi în lunile Octombrie și Noiembrie

La categoria *personal artistic,* în cea mai mare parte a anului am funcționat cu ocuparea tuturor posturilor vacante, spre finalul de an încheindu-se contractele pe durată determinată a *2 actori.*

La *personalul T.E.S.A.* se înregistrează o creștere *de la 18 la 20 de persoane*, ea fiind însă doar aparentă, căci una dintre persoane a fost reîncadrată pe un post de execuție, după ce postul de conducere pe care îl ocupa a fost desființat, ca urmare a aprobării noului Stat de funcții.

Cea mai îngrijorătoare situație se înregistrează la *personalul tehnic de scenă*, unde fluctuațiile sunt de până la *-22%, înregistrând la final de an o scădere cu 28% față de luna ianuarie*, cu *scădere la începutul stagiunii în aer liber*, când nevoia de personal tehnic este mult ridicată față de restul anului.

În luna ianuarie a anului 2018 a fost organizat un concurs de promovare în vederea ocupării posturilor de Actor SIA (2 posturi) și de Actor SI (2 posturi), la finalul anului 2018 Compartimentul artistic având un număr de 3 posturi de Actor SIA și 6 posturi de Actor SI (dintre care 2 vacante).

Pe parcursul anului 2018 angajații Teatrului Masca au participat la cursuri de perfecționare profesională, astfel:

- Curs *Contabilitate primară* – 1 persoană, în luna februarie;
- Curs *Contabilitate de gestiune* – 2 persoane, în luna martie;
- Curs *Achiziții publice* – 1 persoană, în luna martie;
- Curs *Manager Transport Auto* – 1 persoană, în lunile august-septembrie;
- Curs *Salarizare* – 1 persoană, în luna decembrie;
- Curs *Control Intern Managerial* – 8 persoane, în luna decembrie

- Personalul artistic al Teatrului Masca a participat la *ateliere dedicate* , susținute la sediul teatrului: Canto 1 /Acrobație 1/ Machiaj – 8, Acodeon/Instrumente de suflat -1.

În cursul anului 2018 au fost constituite 3 comisii de cercetare disciplinară, pentru abateri săvârșite de angajați ai Teatrului Masca, sancțiunile fiind dispuse astfel:

- 1 persoană (Referent): diminuarea salariului cu 10% pentru 3 luni și mutarea pe o funcție din alt compartiment, funcție cu atribuții scăzute ca risc;
- 1 persoană (Șofer): diminuarea salariului cu 10% pentru 3 luni și recuperarea prejudiciului (urmând a fi constituită o Comisie administrativă pentru stabilirea acestuia);
- 2 persoane (Director adjunct și Șef birou financiar contabil): avertisment verbal și recuperarea prejudiciului cf. Măsurilor Controlului efectuat de Curtea de Conturi a României.

Evaluările personalului au fost realizate la finalul anului, fiind totodată făcute propunerile pentru participarea la cursuri de perfecționare în anul 2019.

C.5.Măsuri luate pentru gestionarea patrimoniului instituţiei, îmbunătăţiri / refuncţionalizări ale spaţiilor;

<u>Investiții majore</u>

Realizarea celor două obiective de investiții majore pentru Teatrul Masca (**Construirea unui depozit de decoruri și costume** și **Acoperirea amfiteatrului**) se dovedește în continuare extrem de anevoioasă. În anul 2018 ne-am confruntat cu îndeplinirea tuturor cerințelor pentru obținerea Autorizațiilor de construcție.

Astfel, pentru construirea depozitului (Extindere construcție existentă cu un corp nou cu regim de înalțime P+1E la sediul Teatrului Masca din B-dul Uverturii nr. 14, nr. cadastral 230506, sector 6, București) ne-a fost solicitată prin certificatul de urbanism realizarea Planului Urbanistic de Detaliu, etapă care s-a finalizat abia la sfârșitul anului, prin aprobarea acestuia în cadrul Ședinței Consiliului Local Sector 6 din data de 29.11.2018.

Stadiu	Termen	Observații
Efectuarea Studiului de Fezabilitate	2016	*Realizat*
Aprobarea indicatorilor tehnico-economici de către C.T.E. a PMB	Ianuarie 2017	*Realizat*
Obținerea Certificatului de Urbanism	Noiembrie 2017	*Realizat*

Realizare P.U.D. solicitat prin Certificatul de Urbanism	Noiembrie 2018	Realizat
Realizare D.T.A.C.	30 Mai 2019	În curs de contractare cu Compania Municipală de Dezvoltare Durabilă București S.A.
Obținere autorizație de construcție	30 Iulie 2019	60 zile de la Realizare D.T.A.C.
Realizare P.T. și D.E., cu indexarea valorii din S.F. cu rata inflației și cursul de schimb valutar	31 octombrie 2019	90 zile de la obținerea A.C.
Avizarea P.T. și D.E. de către C.T.E. a PMB	Decembrie 2019	45 zile de la realizarea P.T. și D.E.
Procedura de alegere a executantului	30 mai 2020	30 zile de la aprobarea bugetului 2020
Execuția lucrărilor	Iunie-Noiembrie 2020	6 luni de la semnarea contractului de lucrări

Pentru lucrările de acoperire (inclusiv antifonare) a amfiteatrului (*Copertină pentru amfiteatru în aer liber Teatrul Masca București*) s-au realizat în anul 2018 o expertiză tehnică de rezistență precum și Documentația Tehnică pentru obținerea autorizației de construire, emiterea acesteia fiind solicitată Primăriei sector 6 la data de 12.12.2018.

Stadiu	**Termen**	**Observații**
Efectuarea Studiului de Fezabilitate	2016	Realizat
Aprobarea indicatorilor tehnico-economici de către C.T.E. a PMB	Ianuarie 2017	Realizat
Obținerea Certificatului de Urbanism	Noiembrie 2017	Realizat
Realizare expertiză tehnică de rezistență solicitată prin Certificatul de Urbanism	Noiembrie 2018	Realizat cu Compania Municipală de Dezvoltare Durabilă București S.A.
Realizare D.T.A.C. și depunere solicitare eliberare A.C.	Decembrie 2018	Realizat cu Compania Municipală de Dezvoltare Durabilă București S.A.
Obținere autorizație de construcție	Februarie 2019	Documentație depusă, se așteaptă eliberarea A.C.
Realizare P.T. și D.E., cu indexarea valorii din S.F. cu rata inflației valutar	Mai 2019	30 zile de la obținerea A.C. și aprobarea bugetului 2019
Avizarea P.T. și D.E. de către C.T.E. a PMB	Iulie 2019	45 zile de la realizarea P.T. și D.E.

Procedura de alegere a executantului	August 2020	30 zile de la avizarea P.T. și D.E. de către C.T.E. a PMB
Execuția lucrărilor	Sept. - Dec. 2020	4 luni de la semnarea contractului de lucrări

Reparații

În ceea ce privește întreținerea spațiilor principalele intervenții au fost efectuate la hidroizolația acoperișului si la instalația de climatizare.

Un aspect care trebuie prezentat aici este faptul că *în următoarea perioadă se impune realizarea unor intervenții majore la clădirea teatrului pentru a putea obține autorizarea I.S.U. pentru întregul complex (în acest moment există avize și autorizații pentru fiecare corp de clădire în parte).* Printre intervențiile majore (atât din punct de vedere financiar, cât și logistic) menționăm refacerea termo-izolației la unul dintre corpurile de clădire, revopsirea cu vopsea termospumantă a întregii instalații metalice a sălii de spectacole sau înlocuirea scaunelor din sala mare cu unele care să fie ignifugate. În vederea rezolvării acestor chestiuni am solicitat sprijinul Companiei Municipale Protecție Civilă și Voluntariat București S.A. pentru a realiza o auditare a situației și pentru întocmirea unui plan de măsuri cu termene și bugete.

Îmbunătățiri ale spațiilor

- lucrări de renovare și igienizare ale toaletelor destinate publicului;
- lucrări de modernizare și igienizare a cabinelor și a spațiilor de repaus, precum și a 3 dintre spațiile de birouri (P.R., Contabilitate, Resurse Umane);

Parcul auto

La parcul auto existent au fost efectuate lucrări de întreținere și reparații, în special la mașinile utilizate pentru transportul decorurilor și costumelor.

Totodată *au fost achiziționate un microbuz de transport* persoane (pentru transportul personalului tehnic) și *un grup electrogen pe platformă mobilă* (pentru alimentarea instalațiilor de sunet și lumini în spațiile de spectacol din aer liber).

Trebuie menționat faptul că *înnoirea parcului auto* este una dintre prioritățile Teatrului Masca, în special în *zona mașinilor de transport a decorurilor* și personalului tehnic și artistic, unele dintre ele având o vechime considerabilă (23-24 ani) și un număr ridicat de kilometri la bord. În următoarea perioadă vom avea în vedere casarea și înlocuirea următoarelor:

Nr. crt	Tip autovehicul	Marca	An fabricatie	Normă poluare	Tip carburant
1	Microbuz 9 locuri	Mercedes	1994	euro 2	motorină
2	Camion	Iveco	1995	euro 3	motorină
3	Camion	Mercedes	2007	euro 4	motorină

Spații de depozitare

Activitatea de eliberare a spațiului din Bd. Bucureștii Noi a continuat până în luna iunie a anului 2018, când s-a finalizat transportul tuturor elementelor de decor, recuzită, costume etc. existente acolo într-un depozit închiriat, pentru ca în luna decembrie 2018 să ne mutăm din nou, proprietarul nedorind să ne prelungească contractul. *Lipsa acută a spațiilor de depozitare la sediu* este motivul pentru care considerăm *că finalizarea investiției pentru construirea unui depozit* de decoruri și costume este de *prioritate maximă.*

C.6. Măsuri luate în urma controalelor, verificării/auditării din partea autorităţii sau a altor organisme de control în perioada raportată;

Pe parcursul anului 2018 nu au fost efectuate controale de către alte organisme, ultimul control fiind derulat de către Curtea de Conturi a României în perioada 4 septembrie – 13 octombrie 2017. Stadiul implementării măsurilor dispuse este:

- **Măsura 1**: Implementarea integrală a tuturor standardelor de control intern/managerial și monitorizarea sistemului de control intern și a elementelor sale, conform prevederilor OSGG nr. 400/2015. Termenul de realizare inițial, 30.03.2018 a fost prelungit până la data de 31.12.2018 prin Decizia nr. 97/1/03.04.2018. Măsura a fost **IMPLEMENTATĂ.**
- **Măsura 2**: Organizarea și realizarea operațiunii de inventariere a patrimoniului la finele anului 2017, prin inventarierea faptică a tuturor bunurilor și valorilor materiale deținute de entitate, inclusiv efectuarea punctajelor cu terții în vederea confirmării/clarificării soldurilor de creanțe și datorii înregistrate în evidența contabilă, precum și înregistrarea rezultatelor inventarierii, conform prevederilor legale. Măsura a fost **IMPLEMENTATĂ**, documentele probatorii fiind transmise către Curtea de Conturi prin adresa nr. 291/05.02.2018 (înregistrată sub nr. 361/07.02.2018) și către PMB prin adresa nr. 290/05.02.2018, înregistrată la Direcția General Economică sub nr. 1547/07.02.2018 și la Direcția Audit Public Intern sub nr. 92/07.02.2018.

- **Măsura 3**: Efectuarea reevaluării construcțiilor aflate în administrarea entității și înregistrarea în evidența contabilă a rezultatelor acestei operațiuni, în conformitate cu prevederile legale. Măsura a fost **IMPLEMENTATĂ**, documentele probatorii fiind transmise către Curtea de Conturi prin adresa nr. 686/30.03.2018 (înregistrată sub nr. 871/02.04.2018) și către PMB prin adresa 687/30.03.2018, înregistrată la Direcția Generală Economică sub nr. 3377/30.03.2018 și la Direcția Audit Public Intern sub nr. 217/30.03.2018.
- **Măsura 4:** Efectuarea cercetării administrative în vederea stabilirii răspunderii pentru inacțiunea în privința recuperării creanțelor în valoare de 25.138 lei, cu consecința prescrierii dreptului la acțiune împotriva clienților, înregistrarea prejudiciului și recuperarea acestuia, potrivit legii.Termenul de realizare inițial de 30.03.2018 a fost prelungit până la data de 31.12.2018 prin Decizia nr. 97/1/03.04.2018. Măsura a fost **PARȚIAL IMPLEMENTATĂ**, până la data de 31.12.2018 fiind efecuate cercetările disciplinare și fiind stabilite persoanele răspunzătoare. Prejudiciul a început a fi recuperat din luna iulie 2018, până în prezent suma recuperată fiind de *19,000 lei*. Termenul estimat de recuperare a întregii sume este 31.12.2019.

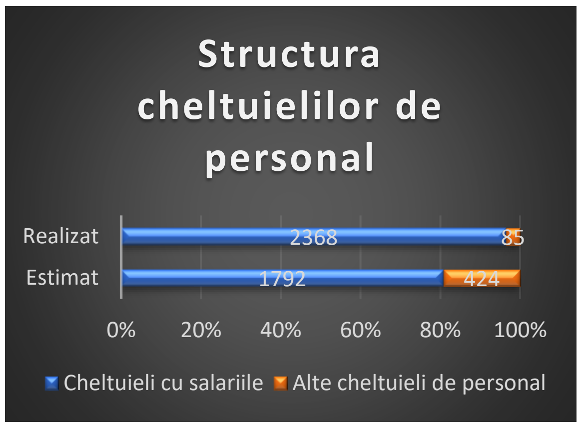
**În perioada 20.02.2019 – 26.02.2019, Curtea de Conturi a verificat modul de ducere la îndeplinire a măsurilor dispuse prin decizia nr. 97/1.11.2017, concluzia raportului fiind că măsurile 1 - 4 au fost duse la îndeplinire în totalitate. Raportul de follow-up a fost înregistrat cu nr. 375/26.02.2019.*

D. Evoluţia situaţiei economico-financiare a instituţiei:

1. analiza datelor financiare din proiectul de management corelat cu bilanţul contabil al perioadei raportate;

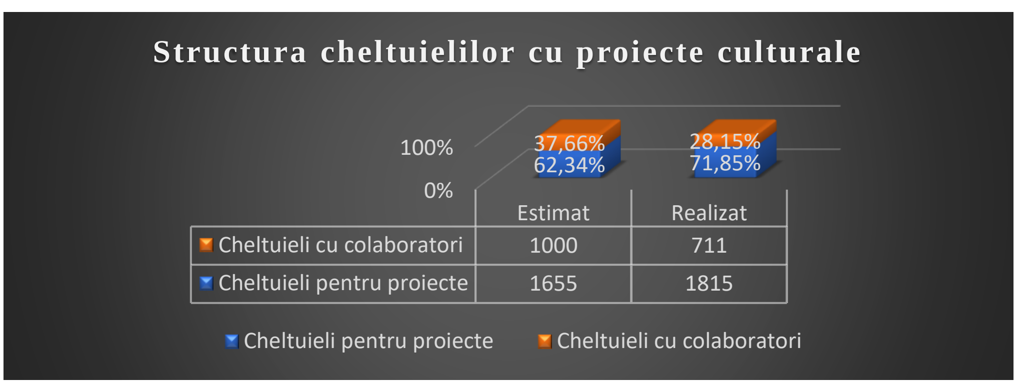
Nr. crt.	**Categorii**	**Estimare An 2018**	**Realizat An 2018**
1	**2**	**3**	**4**
1.	TOTAL VENITURI, din care:	6718	7748
	1.a. venituri proprii, din care:	400	625
	1.a.1. venituri din activitatea de bază	375	625
	1.a.2. surse atrase	25	-
	1.a.3. alte venituri proprii	-	-
	1.b. subvenții / alocații	6308	7123
	1.c. alte venituri	10	-
2.	TOTAL CHELTUIELI, din care:	6718	7748

	2.a. Cheltuieli de personal, din care:	2216	2453
	2.a.1. cheltuieli cu salariile	1792	2368
	2.a.2. alte cheltuieli de personal	424	85
	2.b. Cheltuieli cu bunuri și servicii, din care:	4252	4901
	2.b.1 Cheltuieli pt proiecte	1655	1815
	2.b.2 Cheltuieli cu colaboratorii	1000	711
	2.b.3 Cheltuieli pt reparații curente	150	602
	2.b.4 Cheltuieli de întreținere	1102	1461
	2.b.5 Alte cheltuieli cu bunuri și servicii	345	312
	2.c. Cheltuieli de capital	250	395



Situația cheltuielilor de personal

O diferență mare poate fi observată la partea de *cheltuieli de personal*, acolo unde au existat modificări datorate schimbărilor de legislație, în principiu celor care au presupus *trecerea contribuțiilor sociale de la angajator la angajat,* diferența între totaluri fiind de doar 10% în plus la realizat.



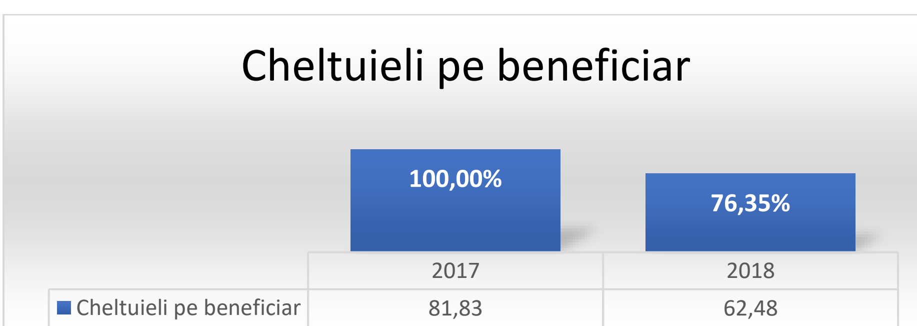
Situația cheltuielilor cu proiecte culturale

În ceea ce privește evoluția structurii cheltuielilor cu proiectele culturale, datorită unei mai bune administrări a resurselor umane, am reușit să scădem cheltuielile efective, menținând totuși

un nivel atractiv de onorarii pentru colaboratorii artistici. *Scăderea cheltuielilor cu colaboratorii, de la 37% la 28%* a permis ca o parte din banii economisiți să fie redistribuiți fie către producția efectivă a proiectelor, fie către partea de management sau marketing a acestora.

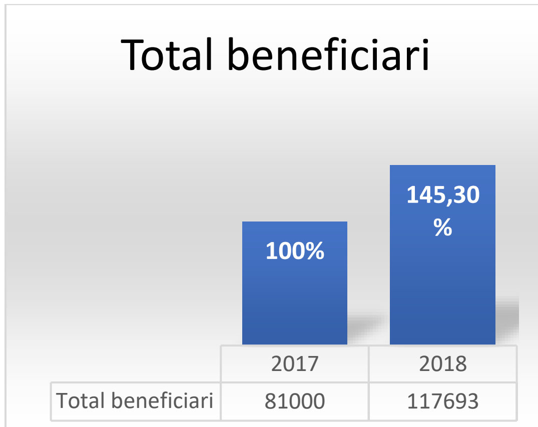
D.2. Evoluţia valorii indicatorilor de performanţă în perioada raportată, conform criteriilor de performanţă ale instituţiei din următorul tabel:

Nr. Crt.	Indicatori de performanţă	Perioada evaluată
1.	Cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri – cheltuieli de capital) / nr. de beneficiari)	62,48
2.	Fonduri nerambursabile atrase	0
3.1.	Număr de premiere	7
3.2.	Număr de refaceri	4
3.3.	Număr de coproducţii	0
3.4.	Număr de spectacole în regim de protocol	1
4.	Număr de apariții media (fără comunicate de presă)	1022
5.	Număr de beneficiari neplătitori	117.376
6.	Număr de beneficiari plătitori	1858
7.	Număr de spectacole, din care:	251
	* la sediu (*București*), din care:	212
	în sală	51
	spații neconvenționale	161
	*in turnee	39
	în sală	0
	spații neconvenționale	39
8.	Număr de proiecte/ acțiuni culturale	25
9.	Venituri proprii din activitatea de baza	625
10.	Venituri proprii din alte activități	0
11.	Număr de participări la festivaluri, gale, concursuri, etc.	9
12.	Indice de ocupare a sălii la sediu (%)	71%



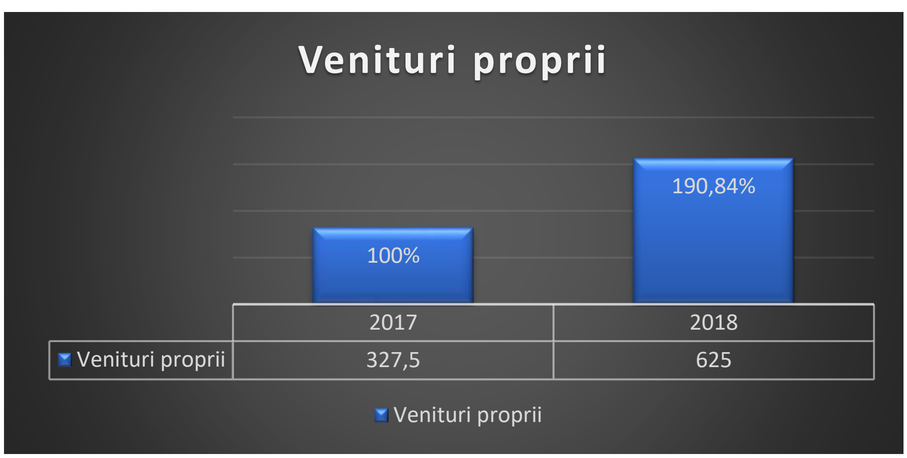
Evoluția cheltuielilor pe beneficiar, față de anul anterior

În anul 2018, cheltuielile pe beneficiar sunt în scădere cu aproape 25% față de anul anterior, de la 81,83 lei până la valoarea de 62,48 lei, fapt datorat creșterii numărului de beneficiari.



Evoluția numărului de beneficiari, față de anul precedent

Din punct de vedere al numărului total de beneficiari *se observă o creștere cu 45% față de anul anterior* deși numărul total de spectacole este în scădere, de la 294 la 251, fapt ce relevă faptul că spectacolele Teatrului Masca sunt din ce în ce mai apreciate, cu o medie a participării per spectacol în creștere, de la 276 de spectatori în 2017 la 469 spectatori în 2018 (+70%).



Evoluția veniturilor proprii, față de anul precedent

Veniturile proprii sunt și ele în creștere față de anul 2018, diferența fiind majoră, acestea aproape dublându-se, lucru pe care îl punem pe seama *creșterii numărului de turnee* efectuate prin fidelizarea unor anumite evenimente și festivaluri care invită spectacolele Teatrului Masca în fiecare an, combinată cu *majorarea onorariilor încasate per reprezentație*, așa cum am precizat și la capitolul anterior. Un alt lucru de remarcat, extrem de important, este că, din totalul de 251 de spectacole susținute în anul 2018, doar 90 au fost generatoare de venituri (fie din bilete, fie din onorarii), celelalte 161 (64%) fiind susținute gratuit pentru publicul bucureștean.

E. Sinteza programelor și a planului de acțiune pentru îndeplinirea obligațiilor asumate prin proiectul de management:

E.1. Viziune

Viața teatrală bucureșteană s-a derulat și în 2018 preponderent în centrul Capitalei și, în cea mai mare masură, cu mici excepții, în spații *indoor*. În aceste condiții, Teatrul Masca a rămas și anul trecut *singura instituție publică de cultură care oferă constant* spectacole de teatru *outdoor*.

Atunci când am propus înființarea acestui tip de teatru ne-am bazat pe o bună cunoaștere a instituțiilor teatrale existente în Bucureștiul anului 1989, pe experiența personală în aceste instituții, pe efervescența din teatrul european care începea să mărească numărul de evenimente în aer liber și pe realitatea că în Romania *teatrul nonverbal și teatrul de stradă nu existau.*

Teatrul Masca a apărut din dorința de a umple un spațiu gol din punctul de vedere al specificului teatral. Timpul ne-a dat dreptate, iar acum, după aproape 30 de ani, *manifestările de teatru de stradă au devenit o constantă în viața culturală a majorității orașelor europene*, tendința fiind observabilă și în România; deși, așa cum spuneam, ca instituție propriu-zisă, am rămas singurii ofertanți, *numărul evenimentelor dedicate teatrului de stradă s-a înmulțit* (includem aici și multitudinea de festivaluri și sărbători/serbări specifice care au absolut toate acum o secțiune dedicată manifestărilor artistice *outdoor*.)

Aspirația noastră a rămas aceeași: de a oferi bucureștenilor, în special, și românilor, în general, accesul la o anumită formă de artă teatrală mult mai apropiată de spectator și în sens figurat, dar și în sens propriu. Ne-am dorit ca toți cetățenii orașului să beneficieze de spectacole de teatru fără a fi nevoiți să se deplaseze în centrul orașului, acolo unde se află majoritatea sediilor celorlalte teatre. Ne-am propus ***să împrietenim*** oamenii din aceste zone cu misterul și farmecul Artei Teatrului.

Așa cum spuneam, Teatrul Masca va împlini anul viitor 30 de ani de la înființare; în toată această perioadă, programul estetic pe baza căruia a fost înființat, precum și stilul specific de teatru - teatru nonverbal și teatru de stradă – au rămas neschimbate. Plasarea noastră ca *un teatru cu un profil bine determinat*, precum și atașamentul nostru față de *publicul din cartierele îndepărtate ale orașului*, public care din varii motive nu frecventează instituțiile teatrale, au rămas aceleași în toți acești ani.

Beneficiind de transformarea instituției noastre în instituție de proiect, în 2018 am reușit să oferim bucureștenilor spectacole noi și incitante, cu o trupă întinerită, cu scenografii inovatoare la nivelul materialelor și machiajului specific, cu o muzică valoroasă.

E.2. Misiune

Misiunea instituției noastre a fost și în 2018 îmbogățirea peisajului teatral bucureștean prin formele specifice teatrale practicate de noi, contribuind la dezvoltarea vieții culturale a comunității din care facem parte, promovarea actului artistic de calitate, facilitarea accesului la cultură a locuitorilor Capitalei, precum și creșterea unei noi generații de iubitori de teatru.

E.3. Obiective (generale și specifice)

Obiectivul principal al Teatrului Masca rămâne în continuare impunerea teatrului nonverbal și teatrului de stradă ca o componentă esențială și indispensabilă a peisajului teatral românesc, dar și a vieții culturale bucureștene prin producerea de spectacole valoroase, realizate în stilul specific teatrului nonverbal și teatrului de stradă.

Obiective generale
Continuarea programului estetic al teatrului;
Continuarea reprezentațiilor în cartierele mărginașe (deplasare a centrului cultural spre cartierele-dormitor);
Creșterea numărului de beneficiari;
Educarea viitoarelor generații de spectatori și atragerea lor către stilul de teatru specific pe care îl practicăm;
Impunerea Capitalei României în rândul capitalelor europene care au festivaluri de teatru *outdoor;*

Obiective specifice	**Programe artistice dedicate**
Crearea unui repertoriu incitant pentru stagiunea *indoor* și *outdoor;*	***Programele Stagiunea indoor și Stagiunea outdoor** - 7 premiere: 3 indoor* și *4 outdoor* (dintre

	care 1 spectacol în mișcare și unul de tip *bâlci* tradițional, cu 9 spectacole simultane).
Atragerea tinerilor absolvenți ai institutelor de teatru și *împrietenirea* lor cu stilul teatrului nonverbal și al teatrului de stradă;	***Programul Tineri la Masca*** - *Au fost cooptați în trupă un număr de 5 actori tineri.*
Perfecționarea și mărirea continuă a bagajului de mijloace de expresie specifice profilului nostru teatral;	***Programul Masca la școală*** *- am organizat 8 workshopuri de machiaj, 2 workshopuri de canto, 1 de instrument, 1 acrobație.*
Creșterea timpului acordat cercetării teatrale în domeniul specific al instituției noastre (mișcare, costum, machiaj etc.);	***Programul Statui Masca*** - *ateliere de cercetare materialitate costume statui vivante, ateliere de cercetare modalități noi de machiaj expresiv pentru statuia vivantă.*
Popularizarea și teoretizarea teatrului de stradă din România;	***Progamul Stagiunea Outdoor,*** *Proiectul* ***#Caietele Masca*** *– 4 numere cu temele* Publicul de teatru/Costumul/Decorul/Festivaluri de teatru de stradă
Atragerea viitoarelor generații de spectatori;	***Programul Școala de teatru gestual****, cu Proiectele STG, Ora de cultură și Masca îți dă gestul – 3 cursuri pe grupe de vârstă pentru copii de la 3 la 15 ani, vizite în teatru la repetiții.*
Impunerea *statuii vivante* ca formă concentrată de teatru stradal, concept original al Teatrului Masca;	***Programul Statuile Masca și Masca în turneu*** – spectacolele de statui vivante și Festivalul Internațional de statui vivante, aflat la a 8-a ediție și turneele în țară și în Europa (Bulgaria, UK)
Păstrarea și continuarea formulelor de spectacol care au avut succes și au captat interesul publicului bucureștean;	***Programul La plimbare cu Masca, Statuile Masca*** – reprezentații cu spectacole în mișcare, de tip paradă sau walking performance.
Creșterea contribuției teatrului la păstrarea sentimentului de comunitate locală.	***Programul Comunitatea Masca online și offline*** *– reprezentații și evenimente pentru cei din Cartierul Militari și pentru comunitatea reprezentanților social media.*

E.4. Strategie culturală, pentru întreaga perioadă de management ;

Strategia culturală ține cont în primul rând de faptul că Teatrul Masca, la fel ca și celelalte instituții teatrale bucureștene, este de drept un *serviciu public de cultură*. În acest sens activitatea noastră artistică este orientată către *satisfacerea nevoii culturale a publicului din Capitala României*.

Teatrul Masca este definit în principal de *activitatea artistică desfășurată în stradă*, (conceperea, pregătirea și susținerea stagiunii *outdoor* reprezentând practic *80%* din întreaga activitate a instituției. *Programele și proiectele Teatrului Masca care și-au dovedit în acești ani*

de mandat capacitatea de a se susține prin concepția lor valoroasă, apreciată de public și de organizatorii de evenimente, vor fi continuate, acestea urmărind menținerea profilului distinct al instituției noastre.

În stagiunea *indoor*, vom continua montarea *spectacolelor de stil (teatru noverbal)*, o imagine teatrală în centrul căreia se află *Actorul Capabil*, cel care se exprimă plenar utilizându-și expresivitatea corporală; montările vor avea ca punct de plecare scenarii originale/adaptări ale unor opere literare sau dramatice de valoare, naționale sau universale. Toate aceste spectacole vor purta *marca* Masca, publicul de teatru bucureştean găsind la *noi o alternativă la spectacolele celorlalte teatre* unde Cuvântul are un rol determinant.

Tot în sensul satisfacerii nevoii culturale a unui public din ce în ce mai avizat, dar și mai *neliniștit /grăbit,* vom completa activitățile *indoor* cu evenimente cu adresabilitate specifică, spre exemplu, cele concepute pentru studenți sau cele create pentru comunitatea din zona de rezidență: expoziții de scenografie, de artă fotografică, de arte vizuale conceptuale etc.

Vom continua și vom dezvolta *programul de cercetare teatrală* și pe cel de *educație prin cultură,* acesta din urmă angrenând și alte categorii decât cele existente (detalii precise și argumente se regăsesc la descrierea programelor/proiectelor propuse).

Pentru aceeași perioadă de management suntem determinați să folosim cât mai mult din *forța creatoare a tinerilor actori* cu care colaborăm/vom colabora, cărora ne vom stradui să le inoculăm determinarea vechii trupe, dăruirea față de teatrul de stradă și față de publicul acestuia și cărora le *vom oferi întreaga noastră expertiză* pentru a putea deveni în timp, ei înşişi, reprezentanți valoroși ai acestui tip de teatru, atât de apreciat de publicul contemporan.

Ne propunem să răspundem necesităților publicului secolului XXI, un public care trăiește într-un ritm alert, dornic mereu de a vedea lucruri *noi*, interesat să descopere *chipuri noi* în spectacole și care se așteaptă să găsească în spațiul teatrului și ocazia de a socializa, de a descoperi și altceva în afara spectacolelor și toate acestea într-un mediu primitor și *prietenos*.

E.5. Strategia și planul de marketing

Principalele obiective avute în vedere au fost: *atragerea unor noi segmente de consumatori* și *limitarea non-consumului*. Ne-am concentrat în cazul stagiunii *indoor* pe creșterea vânzării de bilete cu cel puțin 5% în fiecare an, iar în cazul celorlalte programe pe realizarea de venituri proprii din participarea la diverse evenimente (festivaluri, gale etc.) în România și/sau în afara țării.

Creșterea notorietății Teatrului Masca și popularizarea continuă a teatrului gestual de tip Masca au facut parte din strategia de marketing asupra cărora ne-am concentrat.

Ca serviciu public de cultură interesul nostru e axat pe *facilitarea accesului liber la cultură* pentru toate categoriile de public, prin intermediul *proiectelor outdoor cu acces gratuit*.

Politica de produs

Principalul nostru produs este **spectacolul**. Fie că vorbim de cel de interior, fie că facem referire la cel de *exterior*, spectacolele noastre se subscriu constanţei pe care discursul nostru estetic a păstrat-o încă de la înființarea din mai 1990. Există diferenţieri impuse de spațiu, dar și de publicul țintă : în timp ce *producțiile de stradă propun elemente vizuale dominante* (un joc al actorului exacerbat, costume, machiaj special) menite *să atragă imediat* atenția potențialilor spectatori, la care se adaugă savuroasa *interacțiune cu publicul*, *producțiile de interior* sunt mai *complexe în primul rând la nivelul scenariului* (foarte apropiat de scenariul de film), dar şi în ceea ce privește stilul interpretării actoriceşti, completate evident şi de dimensiunea vizuală (mișcare scenică, costume, decor, lumini, sunet).

Continuarea spectacolelor de statui vivante și impunerea conceputului original Masca a rămas o altă direcție de dezvoltare, statisticile indicând clar că acest gen de spectacole se adresează *unui public larg, cu grade diverse de educație*.

Politica de preț

Aceasta trebuie să fie caracterizată *de racordarea la realitățile mediului* în care Teatrul Masca își desfășoară activitatea și *la posibilitățile financiare* ale publicurilor țintă.

Prețurile practicate pot fi separate în *două categorii*, fiecare cu propriile caracteristici aparte:

- în primul rând este vorba despre *prețul* care trebuie sa fie *modic* al biletelor de intrare la spectacol, ținând cont de faptul că Teatrul Masca este *o instituție publică de cultură, subvenționată de la bugetul local al comunității*. În scopul atragerii de noi categorii de public și fidelizării celui existent se vor oferi *reduceri atractive* (reduceri de grup, reduceri pentru mai multe spectacole vizionate, reduceri pentru cei care aduc alți spectatori care nu au fost niciodată la Teatrul Masca etc.) ;
- a doua categorie de preț *este onorariul încasat de Teatrul Masca* în calitate de invitat la diverse evenimente. În condițiile în care partenerul este însă o entitate comercială trebuie cunoscute foarte bine forța sa financiară, obiectivele urmărite sau tipul de public țintă pentru a îi

putea propune un preț cât mai corect pentru tipul de produs livrat.

Politica de distribuție/de plasare

Aceasta este în *strânsă legătură cu politica de promovare*, dat fiind faptul că noțiunea de plasare poate fi privită din două perspective diferite. Fie discutăm despre locul în care este prezentat produsul, adică în principal spectacolul de teatru, fie discutăm despre modul în care sunt distribuite biletele de acces.

În cazul în care ne referim la locul în care este susținut un spectacol, acesta poate fi:

- *sediul teatrului* (localizarea trebuie să fie cunoscută de către potențialii beneficiari, trebuie să ofere un grad sporit de confort și totodată să poată oferi și alte facilități sau modalități de petrecere a timpului liber);

- *în aer liber sau în spații neconvenționale* (aceste spații se aleg în funcție de obiectivele fiecărui proiect și în cea mai mare măsură sunt diferențiate de tipologia publicului sau de posibilitățile fizice de montare a unor spectacole).

În ceea ce privește al doilea punct de vedere asupra noțiunii de plasare, adică modalitățile prin care sunt puse la dispoziția publicului biletele de acces la spectacol se constată *ponderea extrem de mare a vânzărilor online (peste 60% din total bilete vândute).* O altă modalitate interesantă de vânzare a biletelor este fie prin intermediul difuzorilor culturali, fie *face-to-face*.

Politica de promovare

Strategia de comunicare și promovare se va dezvolta pe mai multe direcții strategice:

o *parteneriate media permanente cu posturi radio publice* (spoturi, anunțuri, concursuri), ziare și reviste, precum și cu publicații din mediul online ;

o *parteneriate media pe perioadă determinată* (cu ocazia diverselor evenimente – Festivalul Internațional de Statui Vivante, Deschiderea Stagiunii Outdoor cu televiziuni și posturi de radio comerciale);

o *afișaj outdoor*: afișe, bannere, mesh-uri, panouri publicitare etc. Luăm în considerare atât afișajul susținut constant în arealul care împrejmuiește sediul teatrului nostru, cât și pe traseele și magistralele importante de trafic rutier și pietonal care duc spre zone în care programăm evenimente;

o *dezvoltarea comunității online* (bloggeri, formatori de opinie în mediul virtual etc.) care să contribuie la distribuirea mesajului și la o acoperire cât mai bună; avem deja o relație de tradiție extrem de bună cu acest mediu, pe care dorim să o menținem și să o dezvoltăm;

o *promovare activă prin implicarea efectivă a potențialului public în diferite acțiuni* (sondaje, concursuri cu premii etc)

o *prezența în diverse emisiuni tv și realizare de interviuri pentru presă scrisă* sau *online;*

o *păstrarea unei legături permanente cu publicul* (prin *newsletter*-uri);

o *o comunicare eficientă prin realizarea de comunicate de presă* care să aducă în atenția presei activitatea noastră și să atragă atenția criticilor asupra programelor și proiectelor;

o *analiza mediului* online *și a comunităților* al căror obiect de activitate este prezentarea evenimentelor culturale și elaborarea practică a unor proceduri interne care să asigure prezența constantă și actualizată a tuturor evenimentelor noastre pe aceste platforme;

o *folosirea eficientă a rețelelor de socializare*, păstrarea și dezvoltarea în acest mediu virtual a imaginii unui *teatru mobil și prietenos, un teatru altfel;*

o continuarea *promovării directe* prin intermediul unor evenimente artistice concepute special în acest sens;

o *diferențierea strategiilor de comunicare* în funcţie de grupurile-țintă și de beneficiari;

o *diferențierea strategiilor de comunicare* pe fiecare program și proiect în parte.

E.6. Programe propuse pentru întreaga perioadă de management;

În 2018, aflându-ne în a doua jumătate a perioadei de management, am continuat programele propuse la începerea mandatului cu o singură excepție: programul *Amfiteatrul Cultural, a cărui realizare a fost și este condiționată de realizarea investiției.*

Nr.crt.	Titlul programului	Obiective	Nr. proiecte
1.	**Stagiunea indoor**	Respectarea progamului estetic și a profilului teatrului; înglobează premierele, dar și alte activități conexe (expoziții de scenografie, expoziții de fotografie, expoziții de tip colecție).	**3**
2.	**Tineri la Masca**	„Deschiderea instituției" către tinerii absolvenți de actorie, scenografie și regie.	**2**
3.	**Școala de teatru gestual Masca (STG)**	Un program care vizează creșterea viitoarei generații de spectatori; un sistem de educație complementar prin intermediul jocului teatral de tip Masca.	**3**
4.	**Comunitatea Masca, online și offline**	Organizarea de evenimente culturale dedicate comunității din jurul sediului, precum și pentru comunitatea virtuală din *online*.	**2**

5.	**Masca în turneu** (intern/extern**)**	Un program bazat pe unicitatea instituției în peisajul teatral românesc și atuul forte al spectacolelor fără cuvinte pentru turneele externe.	**2**
6.	**Stagiunea outdoor**	Înlesnirea accesului la cultură pentru toate categoriile de public, indiferent de zona de rezidență, cu accent pe cartierele mărginașe/*cartierele dormitor*; spectacole și evenimente oferite gratuit.	**4**
7.	**Masca la școală**	Menținerea la un nivel cât mai competitiv a condiției fizice și creatoare a actorului; organizare de workshopuri pentru trupă și organizarea de antrenamente specifice.	**2**
8.	**La plimbare cu Masca**	Crearea de spectacole de tip paradă, walking performance în condițiile în care acestea sunt foarte apreciate de bucureșteni**.**	**2**
9.	**Statuile Masca**	Zona predilectă a teatrului Masca, spectacolele de statui vivante / tablouri vivante au devenit *marca… Masca*	**4**

E.7. Proiecte din cadrul programelor

Program	Proiect	Principalele activități derulate
Stagiunea indoor	*La început a fost gestul*	- Premiera spectacolului *Yvonne. Scenariu, r*egie și concept: Mihai Mălaimare.
	Masca tradițională	Premiera spectacolului *Visul* după “Visul unei nopți de vară”, de W. Shakespeare.*Scenariul si* regia: M. Mălaimare
	Masca altfel (proiecte conexe)	- Expoziții de fotografie, Expoziție de afise, Expoziție costume, Expoziție machete, Proiecții video etc.
Tineri la Masca	*Tineri creatori la Masca*	- *Premiera* spectacolului *Loochy&Moochy*. Scenariu, regie și concept: Andreea Vulpe. - *Internship la Masca:* 5 tineri actori, proaspăt absolvenți, au participat la antrenamente și ateliere specifice, susținute de actorii Teatrului Masca, în zona teatrului non-verbal și în cea a teatrului de stradă; le-au fost distribuite roluri în spectacole de interior și de exterior, după terminarea perioadei de tip internship unii dintre ei rămânând colaboratori constanți ai teatrului.
	Poli…Masca	- Activități de promovare a artei teatrale în rândul studenților, prin facilitarea accesului acestora la evenimente organizate de teatru sau prin implicarea teatrului în evenimente organizate de ligile studențești.
Școala de teatru gestual Masca	*Școala la Masca*	- Ateliere realizate de actori ai teatrului cu copii de vârstă mică (3-12 ani), organizați în 3 grupe; perioada de desfășurare: octombrie 2017 - iunie 2018; - Număr de copii participanți: 30 - La finalul cursurilor au fost realizate 2 spectacole care au

		fost susținute în cadrul *FISV, ediția a 8-a.*
	Ora de cultură	- Activități derulate în colaborare cu instituții școlare, în cadrul cărora grupuri de elevi sunt conduși în tururi organizate ale teatrului de către actori, participând alături de aceștia și la repetiții sau antrenamente specifice.
	Masca îți dă gestul	- Cursuri realizate de actori ai teatrului cu elevi de vârstă mijlocie și mare (14-18 ani), cu accent pe zona de teatralitate abordată de Teatrul Masca; - La finalul cursurilor au fost realizate 2 spectacole care au fost susținute în cadrul FISV.
Comunitatea Masca, online și offline	*Teatrul Masca, vecinul nostru*	- Evenimente unice realizate pentru beneficiari din imediata apropiere (ca localizare): acces la repetiții cu public, tururi ghidate ale teatrului, întâlniri cu actorii; - Organizarea de întâlniri trimestriale, cu beneficii atât pentru teatru cât și pentru participanți: teatrul își poate prezenta produsele și obține feed-back imediat, participanții beneficiază de un spațiu în care pot discuta teme de interes pentru comunitatea din care fac parte (de ex. întâlniri ale asociațiilor de proprietari/locatari).
	Ziua Bloggerilor	- Organizarea unui reprezentații, la scurt timp după data premierei oficiale, dedicate comunității de bloggeri, o foarte bună modalitate de promovare a spectacolului, precum și a proiectelor teatrului; - În cadrul acestui proiect sunt realizate și celelalte activități de promovare on-line a teatrului, precum și întreținerea paginilor de social-media.
Masca în turneu	*Turnee în țară*	- Timișoara – Festivalul European al spectacolului FEST-FDR 2018 (mai); - Brăila (iunie și septembrie); - Sinaia (septembrie); - Vaslui - Festivalul Umorului Constantin Tănase (septembrie)
	Turnee în străinătate	- Ruse, Bulgaria (iunie); - Marea Britanie (iunie și iulie)
Stagiunea outdoor	*Cu teatrul în parc*	- Premiera spectacolului *Mateloții: întoarcerea pe mare*, Regie și concept: Mihai Mălaimare. - Premiera spectacolului *Bâlciul*, Regie și concept: Mihai Mălaimare. - Spectacole în aer liber, susținute în diverse spații din București, în lunile mai și septembrie.
	Anul ăsta facem concediul la Masca	- Spectacole în aer liber, susținute în diverse spații din București, în lunile iunie, iulie și august.
	Centura culturală a Capitalei	- Spectacole în aer liber, susținute în parcuri din zonele îndepărtate de centrul capitalei (Parcul Humulești, Parcul

		Plumbuita, Parcul Florilor, Parcul Morarilor, Parcul Motodrom)
	Proiecte conexe și de cercetare	- *Ateliere de machiaj- demonstrații* - *Biblioteca Masca* - *Videoteca Masca* - *#Caietele Masca.* Au fost publicate 4 numere, trimestrial, cu următoarele teme: • #6 Publicul teatrului de stradă • #7 Costumul în teatrul de stradă • # 8 Decorul în teatrul de stradă • # 9 Festivaluri de teatru de stradă
La plimbare cu Masca	*Calea Victoriei pietonal*	- Spectacole în aer liber, în mers. Doua tipuri: *animație-paradă* și *walking performance*, susținute pe artere importante din București. (Calea Victoriei, Bd. Elisabeta, Bd. Iuliu Maniu)
	Premiere	- Premiera spectacolului *Noi*, Regia: Mihai Mălaimare. Concept: Anca Florea.
Statuile Masca	*Festivalul Internațional de Statui Vivante*	- FISV ediția a 8-a; Perioada de desfășurare: 22-28 mai. Spații: Casa Filipescu-Cesianu, Parcul Cișmigiu, Parcul Al.I.Cuza, Parcul Regele Mihai I. Număr de spectatori: aproximativ 60.000
	Premiere	- Premiera spectacolului *Strigătele Parisului*, Scenariul si regia Mihai Mălaimare, concept: Anca Florea
	Ateliere de cercetare	- Acțiuni derulate de către profesioniști, în vederea descoperirii unor noi modalități de realizare a costumelor și machiajelor specifice statuii vivante: - Cercetare realizare costume statui vivante: Adina Mastalier; - Cercetare machiaj statui vivante: Sanda Mitache
Masca la școală	*Actorul în teatrul gestual*	- Workshopuri și ateliere susținute pentru actorii teatrului, în zona de teatralitate abordată de Teatrul Masca (teatru non-verbal, teatru de stradă) - Machiajul în teatrul de stradă: Yvonne Hollander
	Antrenamente specifice	- Antrenamente și cursuri realizate pentru perfecționarea continuă a actorilor teatrului, sustinute de către profesioniști: - canto: Haricleea Bădescu - instrument – acordeon: Alina Bondoc - percuție: Lucian Maxim - acrobație: Ionuț Corlaci - coregrafie: Ioan Tugearu, Mariana Gavriciuc

E.8. alte evenimente, activități specifice instituției, planificate pentru perioada de management;

În momentul în care a fost conceput proiectul de management, am căutat să cuprindem într-o viziune de ansamblu toate aspectele relevante în activitatea unui teatru, strategia artistică, relația cu publicul, dar și cu comunitatea mai largă din care fac parte celelalte instituții de cultură din capitală și țară. În această ordine de idei, majoritatea acțiunilor noastre au fost de la bun început încadrate în diferitele proiecte din cadrul programelor.

Desigur că situarea într-un mediu cultural atât de ofertant în evenimente și activități, cum este capitala, presupune o racordare continuă la calendarul cultural al Bucurestiului, dar și al țării.

Evenimente culturale la care am fost solicitați să participăm, în afara turneelor:

- *Noaptea Muzeelor* – 12 spectacole;
- *B-FIT in the Street* - 4 spectacole;
- *La pas pe Calea Victoriei* – 6 spectacole;
- *FestCO* – 12 spectacole;
- *Târgul de Turism al României* – 2 spectacole;
- *București, Inima Ta* – 2 spectacole;
- *Teatru și Carte* - 12 spectacole.

Evenimente culturale organizate cu ocazia unor zile cu semnificație specială:

- Organizarea *Zilei Naționale – 1 Decembrie – Centenarul*, eveniment cultural realizat împreună cu publicul și cu tot personalul teatrului;
- Spectacol de *Dragobete;*
- Spectacol și *expoziție* de *Mărțișor;*
- *Spectacol și expoziție de Ziua Femeii (8 Martie).*

Alte evenimente/acțiuni realizate:

- Organizarea Zilei Teatrului Masca (28 de ani de la înființare) în *24 mai*, cu *spectacole simultan în mai multe puncte din București*;
- *Repetiții cu public* și *outdoor și indoor*;
- *Transmiterea live* a anumitor *spectacole* și *evenimente*, pe diferite platforme *online*;
- Organizarea de *expoziții foto* în *holul teatrului* sau *în parcuri*, conținând *fotografii făcute* la spectacolele noastre, de *către spectatori* – Parcul Al.I.Cuza, Motodrom, Tei, Doamna Ghica-Colentina, Crângași.

- Organizarea de *ateliere de machiaj pentru statui vivante*, în parcurile bucureștene – Parcul Al.I.Cuza, Parcul Cismigiu, Parcul Herăstrău;
- Evenimente speciale de lansare a numerelor apărute din Caietele Masca;
- Lansarea Albumului FISV 2017;
- Întâlnire bilaterală cu Teatrul Sava Ognyanov din Ruse;
- Filmări profesioniste ale spectacolelor și difuzarea lor către specialiștii în domeniu;
- Continuarea acțiunilor de digitizare a arhivei Teatrului Masca; *în acest moment întreaga arhivă artistică este digitizată;*
- Organizarea de *întâlniri între trupa teatrului și spectatori*, în parcurile bucureștene (inclusiv sesiuni de autografe);
- Teatrul Masca este membru al *The Silk Road International League of Theatres*, proiect cultural internațional, inițiat de China Arts and Entertainment Group (CAEG), care urmărește o *colaborare la nivel cultural între statele situate pe ruta vechiului Drum al Mătăsii*, promovând schimburi culturale care să aducă la suprafață specificul artistic tradițional al fiecărei zone – 1 întâlnire.

F. Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției, cu o estimare a resurselor financiare ce trebuie alocate de către autoritate, precum și a veniturilor instituției ce pot fi atrase din alte surse

F.1. Proiectul bugetului de venituri și cheltuieli pentru următoarea perioadă de raportare

Nr. crt.	Categorii	Estimat 2019
1	2	3
1.	**TOTAL VENITURI, din care:**	9402
	1.a. venituri proprii, din care:	350
	1.a.1. venituri din activitatea de bază	350
	1.a.2. surse atrase	
	1.a.3. alte venituri proprii	
	1.b. subvenții / alocații	9052
	1.c. alte venituri	
2.	**TOTAL CHELTUIELI, din care:**	9402
	2.a. Cheltuieli de personal, din care:	3453
	2.a.1. cheltuieli cu salariile	3384
	2.a.2. alte cheltuieli de personal	69
	2.b. Cheltuieli cu bunuri și servicii, din care:	5176

	2.b.1 Cheltuieli pt proiecte	1400
	2.b.2 Cheltuieli cu colaboratorii	950
	2.b.3 Cheltuieli pt reparații curente	600
	2.b.4 Cheltuieli de întreținere	1926
	2.b.5 Alte cheltuieli cu bunuri și servicii	300
	2.c. Cheltuieli de capital	773

F.2. Numărul de beneficiari estimați pentru următoarea perioadă de management

Număr beneficiari	2019
Total, din care:	140000
Indoor	2000
Outdoor	120000

**capacitatea sălii variază între 85 și 110 locuri în funcție de spectacol.*

F.3. Analiza programului minimal realizat

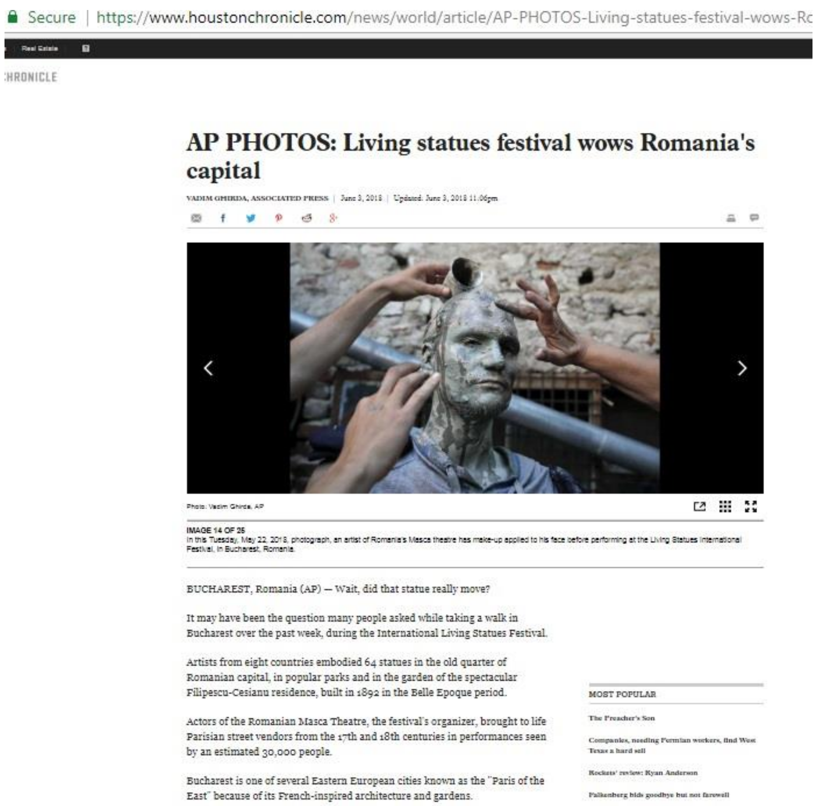
Nr. Crt.	PROGRAM	Nr. proiecte în cadrul programului	DENUMIREA PROIECTULUI	Estimat (mii lei)	Realizat (mii lei)
1	Stagiunea indoor	3	*La început a fost gestul* *Masca tradițională* *Masca altfel*	650	650
2	Tineri la Masca	2	*Tineri creatori la Masca* *Poli... Masca*	70	70
3	Școala de teatru gestual MASCA	3	*Școala la Masca* *Ora de cultură* *Masca îți dă gestul*	31	26
4	Comunitatea Masca, online și offline	2	*Teatrul Masca, vecinul nostru* *Ziua Bloggerilor*	5	2
5	Masca în turneu	2	*Turnee în țară* *Turnee în străinătate*	160	131
6	Amfiteatrul cultural	2	*Asta seară, gazdă este Masca* *Masca independentă*	30	0*
7	Stagiunea outdoor	3	*Cu teatrul în parc* *Anul ăsta facem concediul la Masca* *Centura culturală a Capitalei*	200	200
8	Masca la școală	2	*Actorul în teatrul gestual* *Antrenamente specifice*	24	11,5
9	La plimbare cu Masca	2	*Calea Victoriei pietonal* *Premiere*	100	35,5

10	Statuile Masca	4	*Festivalul Internațional de Statui Vivante* *Premiere – Strigătele Parisului* *Casa cu statui* *Ateliere de cercetare*	750	750
TOTAL subvenție:				**2020**	**1876**

*****Programul *„Amfiteatrul cultural”* nu a putut fi realizat, proiectele prevăzute în cadrul acestuia pentru anul 2018 *depinzând în totalitate de finalizarea obiectivului de investiții* „Copertina pentru amfiteatru în aer liber Teatrul Masca București”.

***Diferențele față de sumele prevăzute în proiectul inițial se datorează depășirii estimărilor privind veniturile proprii, suma suplimentară fiind scăzută din subvenția solicitată și propusă spre rectificare în luna octombrie, înainte de solicitarea oficială de rectificare bugetară.*

Anexa



Secure | https://www.houstonchronicle.com/news/world/article/AP-PHOTOS-Living-statues-festival-wows-Rc

Real Estate

HRONICLE

AP PHOTOS: Living statues festival wows Romania's capital

VADIM GHIRDA, ASSOCIATED PRESS | June 3, 2018 | Updated: June 3, 2018 11:06pm

Photo: Vadim Ghirda, AP

IMAGE 14 OF 25
In this Tuesday, May 22, 2018, photograph, an artist of Romania's Masca theatre has make-up applied to his face before performing at the Living Statues International Festival, in Bucharest, Romania.

BUCHAREST, Romania (AP) — Wait, did that statue really move?

It may have been the question many people asked while taking a walk in Bucharest over the past week, during the International Living Statues Festival.

Artists from eight countries embodied 64 statues in the old quarter of Romanian capital, in popular parks and in the garden of the spectacular Filipescu-Cesianu residence, built in 1892 in the Belle Epoque period.

Actors of the Romanian Masca Theatre, the festival's organizer, brought to life Parisian street vendors from the 17th and 18th centuries in performances seen by an estimated 30,000 people.

Bucharest is one of several Eastern European cities known as the "Paris of the East" because of its French-inspired architecture and gardens.

MOST POPULAR

The Preacher's Son

Companies, needing Permian workers, find West Texas a hard sell

Rockets' review: Ryan Anderson

Falkenberg bids goodbye but not farewell

Houston Chronicle – Festivalul Internațional de Statui Vivante (FISV)

Secure | https://www.nytimes.com/aponline/2018/06/03/world/europe/ap-eu-romania-living-statu

The New York Times

AP PHOTOS: Living Statues Festival Wows Romania's Capital

By The Associated Press

June 3, 2018

BUCHAREST, Romania — Wait, did that statue really move?

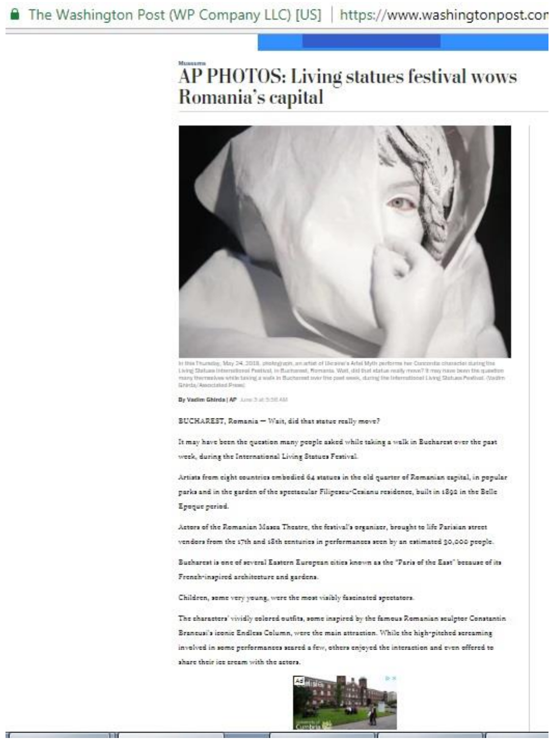
It may have been the question many people asked while taking a walk in Bucharest over the past week, during the International Living Statues Festival.

Artists from eight countries embodied 64 statues in the old quarter of Romanian capital, in popular parks and in the garden of the spectacular Filipescu-Cesianu residence, built in 1892 in the Belle Epoque period.

Actors of the Romanian Masca Theatre, the festival's organizer, brought to life Parisian street vendors from the 17th and 18th centuries in performances seen by an estimated 30,000 people.

Bucharest is one of several Eastern European cities known as the "Paris of the East" because of its French-inspired architecture and gardens.

New York Times - Festivalul de statui vivante copleșește Capitala României (FISV)



The Washington Post (WP Company LLC) [US] | https://www.washingtonpost.cor

Museums

AP PHOTOS: Living statues festival wows Romania's capital

By Vadim Ghirda | AP

BUCHAREST, Romania — Wait, did that statue really move?

It may have been the question many people asked while taking a walk in Bucharest over the past week, during the International Living Statues Festival.

Artists from eight countries embodied 64 statues in the old quarter of Romanian capital, in popular parks and in the garden of the spectacular Filipescu-Cesianu residence, built in 1892 in the Belle Epoque period.

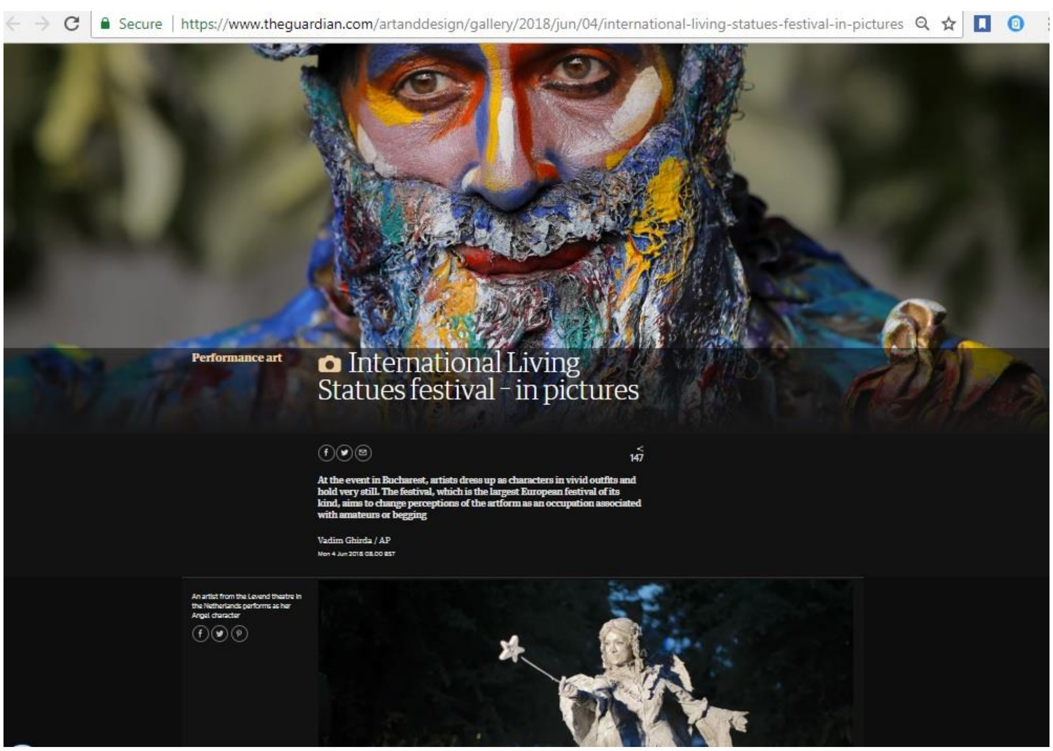
Actors of the Romanian Masca Theatre, the festival's organizer, brought to life Parisian street vendors from the 17th and 18th centuries in performances seen by an estimated 30,000 people.

Bucharest is one of several Eastern European cities known as the "Paris of the East" because of its French-inspired architecture and gardens.

Children, some very young, were the most visibly fascinated spectators.

The characters' vividly colored outfits, some inspired by the famous Romanian sculptor Constantin Brancusi's iconic Endless Column, were the main attraction. While the high-pitched screaming involved in some performances scared a few, others enjoyed the interaction and even offered to share their ice cream with the actors.

The Washington Post - Festivalul Internațional de Statui Vivante (FISV)



Secure | https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2018/jun/04/international-living-statues-festival-in-pictures

Performance art

International Living Statues festival – in pictures

147

At the event in Bucharest, artists dress up as characters in vivid outfits and hold very still. The festival, which is the largest European festival of its kind, aims to change perceptions of the artform as an occupation associated with amateurs or begging

Vadim Ghirda / AP

Mon 4 Jun 2018 08.00 BST

An artist from the Levend theatre in the Netherlands performs as her Angel character

The Guardian - Festivalul Internațional de Statui Vivante (FISV)

20 LEICESTER MERCURY MONDAY, JULY 23, 2018 @Leicester_Merc

News

Taste of Parisian life as actors

PICTURES: CHRIS GORDON

By STAFF REPORTER

SUMMER took on a theatrical flourish when a leading Romanian theatre company performed in Leicester last week, before making its way to London.

Free street performances from internationally renowned company Masca Theatre took place in Leicester Cathedral Gardens, enthralling visitors during the first week of the summer break.

Actors brought to life Parisian street traders through mime, masks, costumes and theatricality.

The characters included a lamplighter, fishmonger, singer, rat poison seller, hat maker, box seller, washer woman and egg seller.

Currently on their first UK tour to celebrate the centenary year of Romania's unification, the Masca actors gave a performance of The Forgotten Crafts of Paris on Wednesday and Thursday.

The performers came to Leicester before their appearance at the Night of Festivals on London's South Bank at the weekend.

David Hill, director of ArtReach, which organised the Leicester performances, said: "It was riveting to see such accomplished actors delivering a range of characters.

"Without a doubt the Masca Theatre Company is one of Romania's finest theatrical exports."

Leicester Mercury - STRIGĂTELE PARISULUI în cadrul turneului în Marea Britanie

Spectacolul MATELOȚII – Întoarcerea pe mare, în cadrul B-FIT

Spectacolul STRIGĂTELE PARISULUI – Winchester, Marea Britanie

Spectacolul STRIGĂTELE PARISULUI – Sinaia Forever

Spectacolul Bâlciul – în cadrul B-FIT